

KAYNAK TEMELLİ STRATEJİ VE İHRACAT PERFORMANSI: TEKSTİL İŞLETMELERİ ÜZERİNDE VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE BİR UYGULAMA

Dr. Eyüp Kahveci
Türkiye Cumhuriyet
Merkez Bankası



Özet

Çalışmada, Kaynak Temelli Strateji temel alınarak ve Veri Zarflama Analizi analitik bir araç olarak kullanılarak tekstil firmalarının ihracat performansları değerlendirilmiştir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları veri tabanında imalat sektöründe DB – 17’de bulunan firmalar ile DB – 18’de bulunan firmalardan 2002 yılından bu yana sürekli ihracat yapan ve sektör ortalaması üzerinde yurt dışı satışları olan firmaların bilanço ve gelir tablosu verileri alınarak KTS çerçevesinde VZA ile analiz yapılmıştır. İki aşamalı VZA’da aktif toplamı, çalışan sayısı ve ödenmiş sermaye girdi, dönem karı ve ihracat karlılığı ise çıktı olarak kullanılmıştır. Çalışmada ağırlıklı olarak ihracat yapan firmalar seçildiği için dönem karının ihracat performansının göstergesi olduğu varsayılmıştır. VZA işletmelerin performansının ölçümünde çok defa kullanılmış olmakla birlikte, ihracat yapan firmaların performansını ölçmek için daha önce yapılan çalışmalarda çok sınırlı olarak kullanılması nedeniyle çalışmanın literatürde bu konuda da örnek bir çalışma olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: İhracat performansı, işletme stratejileri, kaynak temelli strateji, endüstriyel organizasyon temelli strateji, veri zarflama analizi

Resource Based Theory and Export Performance: An Application on Textile Firms by Data Envelopment Analysis

Abstract

Using resource-based view (RBV) of the firm as a theoretical background; and DEA as an analytical tool, export performance of the textile firms has been evaluated. Balance sheet and income statement data were collected from firms which exports continuously from 2002 to 2008 and exports over sector average in DB-17 manufacture of textile and DB - 18 manufacture of wearing apparel, dressing and dyeing of fur which placed Central Bank of Turkey’ (CBRT) company accounts database’s manufacturing sectors. Two stage DEA was used for this research. Used inputs are total assets, number of employees and paid-up capital, outputs are net profit and export profitability. Since export oriented firms have been chosen in this study, it is assumed that net profit is export performance indicator. Although DEA has been used as many times for evaluating performance of firms, it has not been used mainly for evaluating export performance firm. Thus, this study is very important in terms of using DEA as an analytical performance measurement tool in export performance.

Keywords: Export performance, business strategies, resource based view, industrial organization strategy, data envelopment analysis

Kaynak Temelli Strateji ve İhracat Performansı: Tekstil İşletmeleri Üzerinde Veri Zarflama Analizi ile Bir Uygulama

Giriş

“Neden bazı işletmelerin diğer bazı işletmelerden daha iyi performans gösterdiği” konusu temel araştırma konularından birisidir ve bu konuya ilişkin literatürde iki farklı strateji geliştirilmiştir (Morgan vd., 2004: 91; McGahan ve Porter, 1997:15). Birincisi, Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji, (EOTS) ikincisi de Kaynak Temelli Strateji (KTS)’dir. Kökeni endüstri iktisadına dayanan ve rekabet üstünlüğünün kaynaklarının endüstri yapısında aranması gerektiğini ileri süren Porter (1980) tarafından geliştirilen ve yapı – davranış – performans (YDP) paradigmasını temel alan EOTS’nin temelinde sektör yapısının performansı belirlediği savunulmaktadır. YDP’ye göre pazardaki rekabet yoğunluğunu belirleyen yapısal güçler işletme performansı üzerinde güçlü etkide bulunmaktadır (McGahan ve Porter, 1997).

Neden bazı işletmelerin diğer bazı işletmelerden daha iyi performans gösterdiği ile ilgili ikinci açıklama endüstri yapısı ve pazar gücünden çok işletmelerin kendine özgü kaynak ve yeteneklerine dayanmakta ve bu nedenle bazı işletmelerin müşteri ihtiyaçlarına daha etkin ve etkili cevap verdiği kabul edilmektedir (Demsetz, 1973). Eğer az etkin ve etkili işletmeler çok etkin ve etkili işletmeleri taklit etmeleri çok maliyetli ise çok etkin ve etkili işletmelerin üstün performansları sürdürülebilir olmaktadır (Rumelt, 1984). Kaynağını Ricardo’cu iktisat anlayışından ve Avusturyalı ekonomistler, Menger, Schumpeter ve Hayek’ten alan KTS, Wernerfelt (1984, 1989), Barney (1991, 1995, 2001), Rumelt (1984), Grant (1991) vb. strateji ve rekabet üstünlüğü konularında yapmış oldukları katkılar ile geliştirilmiştir.

KTS, işletmenin kaynaklarının ve sahip olduğu temel yeteneklerin işletme performansında belirleyici olduğunu savunmaktadır. Bir başka deyişle

KTS, işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için diğer işletmelerden farklı kaynak ve yeteneklerini bir araya getirerek bunu başarabileceklerini savunmaktadır. Yetenekler, mevcut kaynakların geliştirilmesi, birleştirilmesi ve değer olarak müşterilere sunulması için gerekli örgütsel süreçleri ifade etmektedir. İşletmeler arasındaki kaynak ve yeteneklerdeki heterojenlik işletmeler arasındaki performans farklılıklarını açıklamaktadır. Belli bir avantaja sahip olup onu devam ettiren işletmeler başka işletmeler tarafından elde edilemeyen veya taklit edilemeyen kaynak ve yeteneklere sahip olanlar olmaktadır (Makadok, 2001; Teece vd. 1997; Peteraf, 1993; Barney, 1991). Rakiplerin ikame kaynaklar ve yetenekler ile işletmenin sunmuş olduğu değere eşit bir değer oluşturabilme kabiliyeti ve istekliliği pozisyonel avantajda belirleyici olmaktadır (Barney, 1991; Conner 1991; Dierickx ve Cool 1989).

Rekabetçi strateji, işletmenin ihracat girişimi için gerekli olan kaynaklar ve yetenekleri pazar gereklilikleri ile ne kadar uyumlu olduğuna, planlanan kaynak ve yetenek dağılımının uygunluğuna ve stratejinin uygulanma kalitesine karar vererek ihracat ile kaynak ve yetenekler arasında ilişki kurmaktadır.

1. Kaynak Temelli Strateji ve İhracat Performansı

1.1. Kaynak Temelli Strateji

KTS'ye göre işletmenin getirilerinin ve izlediği stratejilerin temelinde işletmenin kendine özgü kaynakların ve yeteneklerinin olduğu kabul edilir. İşletmelerin performansının ve rekabetçi üstünlüğünün arkasındaki temel güç işletmelerin taklit edilmesi zor özellikleridir (Barney, 1986; Rumelt, 1984, 1987). Buna göre işletmenin performansını içinde bulunduğu sektörün yapısal karakteristiklerinden çok firmanın kendine özgü varlıkları ve yetenekleri belirlemektedir (Rumelt, 1991; Greene vd., 1999). Sektördeki bütün firmaların benzer stratejik kaynaklara ve yeteneklere sahip olmadığı ve bu kaynakların firmalar arasında değişiminin kolay olmadığı varsayılır. Bu kaynak ve yetenek farklılıkları firmanın rekabetçi avantajının temelini oluşturmaktadır (Barney, 1994). Barney'e (1994) göre işletmenin stratejilerini uygulamaya koymaya etkinliğini ve verimliliğini artırmaya yardımcı işletmenin sahip olduğu varlıklar, yetenekler, örgütsel süreçler, işletme davranışları, bilgi vb. işletmenin rekabetçi avantajının temelini oluşturmaktadır. Barney'in görüşlerine göre işletmenin rekabetçi avantaja sahip olmasının koşulları (Tokuda, 2005; Barney ve Clark, 2007; 51);

- a) Kaynaklar işletmeler arasında heterojen olmalı ve aynı zamanda işletme açısından stratejik öneme sahip olmalı,

- b) Söz konusu kaynaklar az bulunmalı ve işletmeler arasında değişimi de çok kolay olmamalı.

KTS'ye göre, üretim faktörleri arzı esnektir. Ancak, bazı kaynaklar ve yetenekler çok uzun bir zamanda geliştirilebilirler. Çünkü bu tür kaynak ve yeteneklerin çok kısa ya da orta vadede nasıl geliştirileceği çok açık olmayabilir, bazıları alınıp satılamaz. Bu nedenle, bazı üretim faktörlerinin arzı kısa ve orta vadede hatta uzun vadede de esnek olmayabilir. Bu nedenle, arzın esnek olmayışı bu tür kaynak ya da yeteneklere sahip işletmeler için rekabetçi avantajın kaynağı olabilir (Barney, 1991; Dierickx ve Cool, 1989; Peteraf, 1993; Barney, 2001).

Birçok araştırmacı KTS'yi esas alarak farklı kavramlarla işletmelerin sahip olduğu rekabetçi avantajın nedenlerini araştırmışlardır (Tokuda, 2005). Hamel ve Prahalad (1994) "*temel yetenekler*", Teece vd. (1997) "*dinamik kabiliyetler*", Nelson ve Winter (1982) rutin ve beceriler ve Barney (2007) Değerli, Az Bulunan, Taklit Edilemez, Kaynakların Organizasyonu (Valuable, Rare, Imperfectly Imitable, used by Organization, (VRIO)) çerçevesi ile KTS'nin rekabetçi avantaj sağlayan farklı yönlerini açıklamaya çalışmışlardır. Tablo 1'de verilen VRIO çerçevesi içinde firma değerli kaynaklara sahip ise belli bir ranta sahip olmakta ve bu rant işletmenin daha yüksek kar elde etmesine, dolayısıyla rekabetçi avantaj sağlamasına yardımcı olmaktadır.

Kaynakların "*Değerli*" olması: İşletmenin sahip olduğu kaynaklar işletmeye rakiplerinden daha ucuz mal ya da hizmet sunmalarına ya da mal ve hizmetlerini farklılaştırmalarına yardımcı oluyor ise bu kaynaklar işletme için değerlidir.

Tablo 1: Değerli, Az Bulunan, Taklit Edilemez, Kaynakların Organizasyonu

Kaynak ya da yetenek					
Değerli mi?	Az bulunan mı?	Taklit edilmesi zor mu?	İşletme tarafından kullanılabilir mi?	Rekabetçi sonuç	Ekonomik performansa etkisi
Hayır	-	-	Hayır	Rekabetçi dezavantaj	Normalin altında
Evet	Hayır	-		Rekabetçi parite	Normal
Evet	Evet	Hayır		Geçici rekabetçi avantaj	Normalin üzerinde
Evet	Evet	Evet	Evet	Sürekli rekabetçi avantaj	Normalin üzerinde

Kaynak: Barney, 2007; 39

Kaynakların “*Az Bulunan*” olması: Bir işletmenin az bulunan bir kaynağa sahip olması, sahip olduğu az bulunan kaynak nedeni ile firmanın rakiplerinden daha fazla satışlarından kar marjı elde edebilmesi, ya da daha yüksek miktarda satışlara ulaşabilmesidir.

Kaynakların “*Taklit edilemez*” olması: işletmenin az bulunan kaynağı ile elde ettiği fazla kar marjını devam ettirebilmesidir.

Kaynakların “*Organizasyonu*”: İşletmenin, işletme politikalarını ve süreçlerini işletmenin sahip olduğu değerli, az bulunan ve taklit edilmesi çok maliyetli olan kaynaklarını rekabetçi avantaj için kullanabilecek organizasyonu sağlayabilmesidir.

1980’lerin ortalarından itibaren KTS stratejik yönetimin temel teorilerinden biri olarak ortaya çıkmıştır (Barney, 1986; Rumelt, 1984; Wernerfelt, 1984). Ancak, bazı araştırmacılar KTS’nin bir teori olarak yeterli içeriğe sahip olmadığını belirtmişlerdir. Barney’e (1991) göre kaynaklar işletmenin sahip olduğu, işletme tarafından kontrol edilebilen ve işletmenin stratejilerine uygulamasına yardımcı olan etkinliğini ve etkililiğini artıran yetenekler, örgütsel süreçler, bilgi gibi tüm varlıklardır (Barney, 1991; Daft, 1983).

Eğer firmanın sahip olduğu kaynaklar rakip işletmeler tarafından taklit edilebiliyorsa, bu durumda işletmenin rekabet avantajı çok uzun sürmemektedir. İşletmenin rekabet avantajının sürdürülebilirliği rakipler

tarafından sahip olunan kaynakların kolayca taklit edilememesi, ya da rakipler tarafından kolayca sahip olunamamasına bağlıdır.

Grant (1991) kaynakları üretim sürecine giren girdiler olarak tanımlarken, yetenekleri bazı görev ve aktiviteleri yerine getirmek için kaynakları bir araya getirme kapasitesi olarak tanımlamaktadır.

Armit ve Schoemaker (1993) ise, ürün ve hizmete dönüştürülebilir ve işletme tarafından sahip olunan ya da kontrol edilebilir faktörler, yetenekleri ise istenilen sonuçları elde etmek için kaynakları kullanma kapasitesi olarak tanımlamaktadır. Penrose (1959) işletmeleri fiziki ve insani kaynakların toplamı olarak tanımlamış ve bu kaynakların işletmeler arasındaki heterojenliğine işaret etmiştir. İşletmelerin atıl duran kaynaklarının büyüme fırsatı olarak kullanılabilmesi ve bu şekilde rekabetçi avantaj elde edebileceklerini savunmaktadır. Ayrıca, yöneticilerin büyüme isteklerinin olup olmamasının işletmelerin büyümelerinde belirleyici olacağını belirtmektedir. Penrose'un (1959) çalışması ile uyumlu olarak Dhanaraj ve Beamish (2003) örgütsel kaynaklar, girişimci kaynaklar ve teknolojik kaynaklar olmak üzere üç farklı kaynak grubu belirlemiştir.

- Örgütsel kaynaklar; genellikle işletmenin büyüklüğü ile ilişkilendirilen ve işletmenin kullanımına hazır olan fiziksel ve finansal kaynaklardır.
- Girişimsel kaynaklar; yöneticilerin işletmenin büyümesi ile ilişkili olarak aldıkları riskler ve girişimlerdir.
- Teknolojik kaynaklar; yüksek oranlı, işletmeye özgü teknolojik know-how sağlayan ve işletmenin büyümesinde önemli rol oynayan araştırma-geliştirme giderleri olarak ifade edilmektedir.

KTS işletmenin rekabet avantajının temelinde işletmelerin kaynakları arasındaki heterojenlik ve bu heterojen kaynakların işletmeye sağladığı üstünlük yatmaktadır.

1.2. Kaynak Temelli Strateji ve İhracat Performansı ile İlişkili Çalışmalar

Ibeh ve Wheeler (2005) 1990-2003 dönemine ait işletme seviyesinde İngiltere'de ihracat performansını inceleyen araştırmalar üzerinde çalışarak KTS ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada kaynaklar, KTS ile uygun olarak yönetimsel kaynaklar, fiziksel kaynaklar, organizasyonel kaynaklar ve ilişki kaynakları olarak alınmış ve bu dört değişkenle, Zou ve Stan'ın (1998) çalışmalarında belirlediği EXPERF skalası ihracat performansı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Şekil 1'de gösterilen sonuçlara göre, yönetimsel, fiziksel, organizasyonel ve ilişki kaynaklarının çoğunun ihracat performansı ile pozitif bazılarının ise negatif ilişkili olduğu ve

bazılarının ise ilişkisinin tam olarak belirlenemediği gözlenmektedir. Ancak, çalışma sonuçlarının KTS ile uyumlu olduğu ifade edilmektedir (Ibeh ve Wheeler, 2005).

İhracat rekabet avantajı rekabetçi fiyatlar yoluyla (düşük birim maliyet, düşük satış fiyatı olabilir) ya da yüksek kaliteli ürün yoluyla (daha iyi dizayn, daha iyi paketleme, daha iyi marka imajı olabilir) ya da kaliteli hizmet vermekle (daha iyi satış sonrası hizmetler, daha hızlı teslimat, daha iyi teknik destek olabilir) müşterilere değer sunarak sağlanabilir. Piercy ve diğerleri (1998) düşük rekabet avantajına sahip ihracatçılara göre yüksek rekabet avantajı olan ihracatçıların daha üstün işletme kaynakları ve yetenekleri olduğunu tespit etmişlerdir. Buna göre farklı işletme kaynakları ve yeteneklerinin farklı ihracat performansına neden olabileceği sorgulanmaya başlamıştır (Ling-Yee ve Ogunmoku, 2001). Çalışmanın sonuçlarının KTS ile uyumlu olarak yorumlanmaktadır.

Lee ve Griffit (2004) Güney Kore’de elektronik sektöründe yaptıkları araştırmada ihracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. İhracat ürün stratejisi, ihracat fiyat stratejisi, ihracat dağıtım kanalları, ihracat promosyon stratejisi ile yabancı dağıtım kanalları şeklinde gruplandıkları anket soruları ile elde ettikleri verilerle regresyon analizi yapmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre standart pazarlama stratejisi uygulayan işletmeler ile yabancı ülke müşterilerinin isteklerine uyum, fiyat, dağıtım, ürün ve promosyon stratejileri izleyen işletmelerin daha yüksek performans sergiledikleri gözlenmiştir (Lee ve Griffit, 2004). Çalışmanın sonuçları kaynak temelli stratejiyi desteklemektedir.

Kaleka, 2002 yılında yaptığı çalışmada kaynak temelli strateji temelinde ihracat piyasasındaki rekabetçi avantajın kaynaklarını incelemiştir. Çalışmaya göre;

- Fiziksel, finansal kaynaklar ile tecrübe ve ölçeğin ihracat piyasalarında maliyet avantajı, hizmet avantajı ve ürün avantajı sağladığı,
- Ürün geliştirme, bilgi elde etme, müşteri ilişkileri geliştirme ve tedarikçi ilişkileri geliştirme ile ilgili yetenekleri ihracat piyasasında maliyet, ürün, hizmet avantajı sağladığı

çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir.

Çalışmanın sonuçlarına göre;

- Güçlü fiziksel kaynaklar ile müşteri ve tedarikçilerle çok yakın ilişkiler kurabilme yeteneği maliyet avantajı,
- Güçlü finansal kaynaklar ile iyi müşteri ilişkisi ve bilgisel yetenekler hizmet avantajı,
- Güçlü fiziksel kaynaklar, ölçek büyüklüğü ile iyi müşteri ilişkisi ve ürün geliştirme yeteneği ürün avantajı sağlamaktadır.

Dhanaraj ve Beamish (2003) Amerikan ve Kanada’lı küçük ve orta ölçekli ihracat işletmeleri üzerinde yaptıkları çalışmada kaynak temelli teori ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. İşletme kaynağı olarak satışlar ve çalışan sayısı ile ölçülen işletmenin büyüklüğü, liderlik, bağlılık ve yenilikle ölçülen girişimcilik ve Ar-Ge harcamalarının toplam satışlara oranı ile ölçülen teknolojik yoğunluk kullanılmıştır. İşletme performansı karlılık, pazar payı ve büyüme ile ölçülmüştür. Anket çalışması 385 Kanadalı ve 500 Orta-Batı Amerikalı işletmeler üzerinde yapılmıştır. Veriler Yapısal Eşitlik Modeli (Structural Equation Model) ile analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, girişim, teknolojik yoğunluk ve işletme büyüklüğü ihracat stratejisinin tahmin edicileri olarak uygun olduğu ihracat stratejisinin de ihracat performansını olumlu etkilediği gösterilmiştir.

Piercy vd. (1998) işletmenin yüksek ihracat performansına sahip olmalarını iki önemli alandan kaynaklanan rekabet avantajına bağlamaktadırlar. Bu iki alan işletmenin sahip olduğu kaynaklar ve becerilerdir. İhracat performansını ölçmek için subjektif ölçüm kriteri satışlar, pazar payı ve karlılık; rekabet avantajı için maliyet, ürün ve hizmet alanları; kaynaklar, tecrübe, fiziksel kaynak, büyüklük ve finansal kaynaklar; beceriler ise bilgi nitelikli, müşteri ilişkileri, ürün geliştirme ve tedarik zinciri yönetimi olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre çok küçük farkla iki istisna dışında bütün kaynaklar ve beceriler ile maliyet, ürün ve hizmet ile ölçülen rekabet avantajı arasında güçlü ilişki tespit edilmiştir (Piercy vd., 1998).

Leonidou vd. (2002) kurdukları ihracat performansı modelinde yönetici özellikleri, örgütsel faktörler ve çevresel faktörlerin ihracat hedeflerini belirlediğini ve bu hedefler doğrultusunda da ihracat pazarlama stratejisinin oluşturulduğunu ifade etmektedirler. Belirlenen ihracat pazarlama stratejisi sonucunda ise ihracat performansının belirlendiğini savunmaktadırlar. Kurdukları modeli 17 farklı dergide yayınlanmış 37 ampirik ihracat performansı çalışmasını inceleyerek çalışmalarda kullanılan 32 ihracat pazarlama stratejisi değişkenlerinin p-değerlerinin ağırlıklandırılmış Z-değerleri toplanması (adding weighted Z-values) yöntemi ile birleştirmişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre iyi dizayn edilmiş bir ihracat pazarlama stratejisi ihracat performansını belirlemektedir. Piyasa ayrıştırması, ürün kalitesi, fiyat stratejisi, bayi desteği ve reklam ihracat pazarlarında performansı olumlu etkilemektedir. Ayrıca, ihracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansı arasındaki ilişkinin son zamanlarda yapılan çalışmalarda daha güçlü olduğu tespit edilmiştir (Leonidou vd. 2002).

2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada, ihracat performansını belirleyebilmek için literatürde daha önce yapılan çalışmalarda da kullanılan, belli bir oranının üzerinde ihracat yapan, ya da satışlarının büyük bir bölümünü ihraç eden firmaların seçilmesi ve bu firmaların verilerinin analizi ile ihracat performansının belirlenmesi temel alınmıştır. Knight ve Çavuşgil (2004), %25'ten fazla ihracat yapan işletmeleri olarak ihracat performansını incelemişlerdir. Dean vd. (2000) düşük ve yüksek ihracat performansı gösteren işletmeler arasındaki farklılıkları araştırmak için Avustralyalı imalatçı, küçük ölçekli işletmeler üzerinde yaptıkları çalışmada, toplam satışların %20'sinden fazla ihracat yapan işletmeleri incelemişlerdir. Çalışmada kullanılan yöntem de 2002 – 2008 yılları arasında sektör ortalaması üzerinde ihracat gerçekleştirilen firmaların ihracat performansının incelenmesidir. Seçilen işletmelerle ilgili ayrıntılı bilgi ve kullanılan verilerin özellikleri aşağıda özetlenmektedir:

Araştırmanın ana kütesi Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları veri tabanında imalat sektöründe “*DB – 17 Tekstil Ürünleri İmalatı*” ana sektöründe (DB – 17) bulunan firmalar ile “*DB – 18 Giyim Eşyası İmalatı; Kürkün İşlenmesi ve Boyanması*” ana sektöründe (DB – 18) bulunan firmaların bilanço ve gelir tablosu verilerinden oluşmaktadır. Değerlendirmeye 2002 yılı ile 2008 yılları arasındaki veriler dahil edilmiştir. 2002 sonrası verilerin kullanılmasının nedeni önceki dönemlere göre istikrarlı bir dönem olması ve kriz gibi dışsal etkilerin daha az olmasıdır. Çalışmada ağırlıklı olarak ihracat yapan işletmeler kullanılmıştır. Seçim yapılırken her iki ana sektörde de 2002 – 2008 yılları arasında sürekli olarak o yıla ilişkin sektör ortalama ihracatının üzerinde ihracat gerçekleştiren firmalar seçilmiştir.

2008 yılı verilerine göre 592 firmanın yer aldığı DB – 17’de 2002 yılından bu tarafa sürekli ihracat yapan ve sektör ortalaması üzerinde yurt dışı satışları olan firma sayısı 73’tür. Seçilen 73 firmanın 2002-2008 yılları arası [yurt dışı satışlar / (yurt içi satışlar + yurt dışı satışlar)] oranı ortalaması ise 0,72’dir.

2008 yılı verilerine göre 217 firmanın yer aldığı DB – 18’de ise 2002 yılından bu tarafa sürekli ihracat yapan ve sektör ortalaması üzerinde yurt dışı satışları olan firma sayısı 70’tir. 70 firmanın 2002 – 2008 yılları arası [yurt dışı satışlar / (yurt içi satışlar + yurt dışı satışlar)] oranı ortalaması ise 0,88’dir.

İhracat performansı değerlendirileceği için, yukarıda özetlendiği şekilde her iki sektörde de ağırlıklı olarak ihracat yapan firmalar değerlendirmeye alınarak tekstil sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracat performansı belirlenmeye çalışılmıştır.

2002 yılından bu tarafa sürekli olarak ihracat yapan ve sektör ortalaması üzerinde yurt dışı satışları olan firmaların 2006, 2007 ve 2008 yılları verileri ile

VZA yapılarak DB – 17 ve DB – 18 tekstil alt sektörlerinde ihracat performansı değerlendirilmeye çalışılmıştır.

3. Veri Zarflama Analizi

Araştırmada, çoklu girdi ve çoklu faktörlere sahip homojen birimlerin etkinliklerinin ölçülmesinde etkin bir yöntem olarak kabul edilen doğrusal programlama tabanlı Veri Zarflama Analizi (VZA) yöntemi kullanılmıştır. VZA yönteminin temelinde, Farrell tarafından ortaya konan en az girdi kullanımıyla en fazla çıktıyı veya aynı girdiyle daha fazla çıktı elde etmeyi tanımlayan teknik etkinlik kavramı yatmaktadır. Farrell'in gerçekleştirdiği etkinlik ölçümü, etkin olmayan gözlemlerden eşürün eğrisine, diğer bir deyişle etkin sınıra kadar olan radyal (aynı oranda) azaltımlara veya genişlemelere dayalı olarak gerçekleştirilmiştir (Farrell, 1957: 257). VZA, doğrusal programlama prensiplerine dayanan ve literatürde "*Karar Verme Birimleri*" olarak geçen ve girdiyi çıktıya dönüştürmekten sorumlu işletme veya ekonomik kuruluşların görece verimliliğini ölçmek için tasarlanmış olan bir tekniktir.

Charnes, Cooper ve Rhodes (1978), Farrell'in teknik etkinlik tanımından yararlanarak VZA modelinin ilk orijinal şeklini oluşturmuşlardır. Literatürde, bu modele bu kişilere hitaben kısaca CCR modeli veya amaç çarpan değerlerini bulmak olduğundan çarpan modeli de denilmektedir (Charnes ve diğerleri, 1978: 430).

VZA, aynı girdileri kullanarak aynı çıktıları üreten aynı tip üreticilerin verimliliğini değerlendirmek üzere kullanılmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'nin ihracatında önemli payı olan tekstil sektörü seçilerek aynı sektördeki verimlilik, dolayısıyla ihracat performansı değerlendirilmeye çalışılmaktadır. VZA, her bir karar biriminin görece verimliliğini, gözlemlenen girdi ve çıktıları kullanarak, ağırlıklı çıktıların ağırlıklı girdilere oranını hesaplayarak belirlemektedir.

Veri zarflama analizinde, "*en iyi performans*"la, diğer performansların üst sınır çizgisi ile olan uzaklıklarının değerlendirilmesiyle ilgilidir. Bu nedenle işletmelerin performanslarının değerlendirilmesi için VZA yöntemi seçilmiştir. Böylelikle, en iyi ihracat performansı gösteren tekstil işletmeleri belirlenebilecektir. Ayrıca, performansı düşük olan diğer işletmelerin performanslarını mevcut çıktılarına girdileri ne kadar artırarak; ya da mevcut girdilerle çıktıları ne kadar artırarak etkin sınıra ulaşacakları hakkında sonuçlar da elde edilebilecektir. TCMB sektör bilançoları verilerindeki gizlilik gereği çalışmada kullanılan verilerin ait olduğu firma isimleri verilmemektedir. Ancak, TCMB'den alınacak yetki ile başka bir çalışmada en iyi performansı gösteren firmaların uyguladığı stratejiler değerlendirilebilir. Örnek olay çalışması (case study) şeklinde yapılabilecek söz konusu çalışmanın sonucunda diğer işletmeler için yol gösterici stratejiler ortaya konulabilecektir.

3.1. Veri Zarflama Analizi ile Performans Değerlendirmesi

Araştırmada VZA ile ihracat performans değerlendirilmeye çalışılacaktır. Veri zarflama analizinin işletmelerin performanslarının değerlendirilmesinde sıklıkla kullanıldığı gözlenmektedir (Nath vd., 2010; Ulucan, 2000 ve 2002; Kim vd., 2009; Sueyoshi vd., 2010; Dinçer, 2008; Yıldız, 2006; Düzakın ve Düzakın, 2007). İşletmelerin performansının değerlendirilmesine yönelik olarak VZA kullanılarak yapılan çalışmaların özeti tablo 2’de verilmektedir.

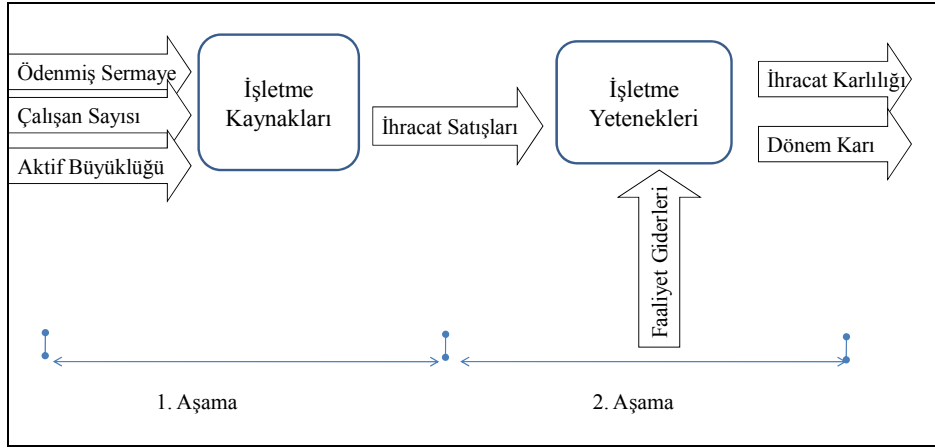
Ek-2’de verilen tablodaki çalışmalara göre işletme performansı değerlendirilirken çoğunlukla satışlar ve karlılık ölçütleri çıktı olarak kullanılmıştır. Literatürle uyumlu olarak çalışmada ağırlıklı olarak ihracat yapan firmalar seçildiği için ihracat satışları ve ihracat karlılıkları çıktı olarak kullanılmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde çalışmanın, literatürde bu konuda öncü bir çalışma olduğu düşünülmektedir. Çünkü, veri zarflama analizi işletmelerin performansının ölçümünde çok defa kullanılmış olmakla birlikte, incelendiği kadarıyla ihracat yapan firmaların performansını ölçmek için daha önce yapılan çalışmalarda çok sınırlı olarak veri zarflama analizinin kullanıldığı gözlenmiştir.

3.2. Girdi ve Çıktıların Seçimi

İhracat performansı ile ilgili çalışmalar dikkate alındığında performans ölçütü olarak ihracat satış hacmi (Cooper ve Kleinschmidt, 1985, Madsen 1989; Katsikeas vd., 2000; Ito ve Pucik, 1993; Liu ve Shu, 2003), ihracat karlılığı (Bilkey, 1982; Çavuşgil ve Zou, 1994; Madsen, 1989; Katsikeas vd., 2000; Johnson ve Arunthanes 1995; Dhanaraj ve Beamish, 2003; Rose ve Shoham 2002), ihracat büyümesi (Çavuşgil ve Zou, 1994; Shoham, 1996; Katsikeas vd., 2000; Cooper ve Kleinschmidt 1985; Madsen 1989; Denis ve Depelteau, 1985) ve ihracat yoğunluğu (Katsikeas vd., 1996; Dhanaraj ve Beamish, 2003; Katsikeas vd., 2000; Axinn, 1988; McCuinness ve Little 1981; Lachenmaier ve Wößmann, 2006; Ito, 1997; Majocchia vd., 2005; Seringhous, 1993; Gourlay vd., 2005)’nun kullanıldığı gözlenmektedir. İhracat literatüründe, ihracat performansının ölçümünde kullanılan finansal göstergelerden en çok kullanılanları karlılık (Bilkey, 1982; Çavuşgil ve Zou, 1994; Madsen, 1989), satış hacmi (Cooper ve Kleinschmidt, 1985, Madsen 1989) ve ihracat büyümesidir (Çavuşgil ve Zou, 1994; Shoham, 1996). Bu nedenle VZA çalışmada ihracat performansını ölçmek için çıktı değişkeni olarak karlılık (Bilkey, 1982; Çavuşgil ve Zou, 1994; Madsen, 1989) ve ihracat satış hacmi (Cooper ve Kleinschmidt, 1985, Madsen 1989) kullanılacaktır.

Girdi değişkenlerinin belirlenmesinde ise önceki bölümlerde açıklanan KTS literatürü ile paralel olmak üzere iki aşamalı VZA, CCR girdi modeli (Charnes vd., 1978) kullanılmıştır (Şekil 1).

Şekil 1: Kaynak Temelli Strateji için İki Aşamalı VZA Modeli



Birçok ihracat çalışmasında, ihracat yoğunluğunu performans ölçümü için kullanılmıştır ve bu bir ülkenin ihracatını maksimize etmek için uygun bir değişken olabilir. Ancak, işletme seviyesinde ihracat karlılığı ihracat yoğunluğundan daha önemli bir değişkendir. İhracat yoğunluğu, ihracat politikalarının belirlenmesinde ve ihracatın teşvik edilmesinde önemli bir gösterge iken, işletme yöneticilerine faydacı, uygulamaya dönük ölçümler sağlamak için yetersiz olmaktadır. İhracat yoğunluğu, firmanın ihracatının satışlara oranı olarak gösterildiği için, ihracat oranının yüksek olması yurt dışı satışların yurt içi satışlara göre daha yüksek olduğunu göstermektedir (Dhanaraj ve Beamish, 2003:245). Ancak, yüksek oranlı ihracatın yüksek oranda karlılığa neden olacağını ya da işletmenin imajının iyi olduğunu ya da rekabetçi avantaj elde ettiğini tam olarak göstermemektedir.

Bu nedenle, iki aşamalı VZA ile değerlendirme yapılarak ilk aşamada ihracat satışları çıktı olarak, sonra da ikinci aşamada ihracat satışları ile işletmenin faaliyet giderleri girdi olarak ve dönem karı ile ihracat karlılığı çıktı olarak kullanılmıştır.

İki aşamalı analiz kullanılmasının nedeni, ilk aşamada işletmenin kaynaklarının etkinliğinin ölçülmesi, ikinci aşamada ise bu kaynakların kullanımındaki etkililiğinin yani işletmelerin sahip oldukları kaynaklarını etkin kullanımının, işletme yeteneğinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bazı işletmeler yeterli kaynaklara sahip ancak bu kaynakları karlılıklarını artıracak şekilde

kullanma becerisine sahip olmayabilir. Bazı işletmeler de yeterli kaynağa sahip olmayabilir, ancak sahip olduğu kaynakları etkin bir şekilde değerlendirme becerisine sahip olabilir. Bazı işletmeler de her ikisine birlikte, hem yeterli kaynak hem de gerekli yeteneklere sahip olabilirler. Yapılan analizler sonunda elde edilen VZA sonuçlarına göre bu konular sonraki bölümlerde değerlendirilmiştir.

İhracat firmasının rekabetçi kaynakları dört farklı alandan kaynaklanmaktadır. Bunlar (Kaleka, 2002: Çavuşgil ve Zou, 1994);

- **Fiziksel varlıklar:** modern teknolojinin kullanımı, değerli hammaddelere ulaşabilme kolaylığı, hedef ihracat pazarlarına yakınlık, üretim kapasitesi
- **Üretim ölçeği:** yıllık işgücü döngüsü, çalışan sayısı, ihracat fonksiyonu ile doğrudan ilgili personel sayısı,
- **Finansal varlıklar:** ihracata ve ihracat yatırımlarına ayrılan fonlar,
- **İhracat tecrübesi:** ihracat yapılan zaman uzunluğu, ihracat pazarı bilgisi ve geçmiş dönem ihracat performansı.

Bu çerçevede, KTS literatürü ile paralel olarak ihracat performansı için girdiler aktif toplamı, çalışan sayısı ve ödenmiş sermaye şeklinde belirlenmiştir. Grant (1991) kaynakları üretim sürecine giren girdiler şeklinde tanımlarken, Armit ve Schoemaker (1993) ürün ve hizmete dönüştürülebilir ve işletme tarafında sahip olunan ya da kontrol edilebilir faktörler olarak tanımlamaktadır. Dhanaraj ve Beamish (2003) işletmenin kaynaklarını örgütsel kaynaklar, girişimci kaynaklar ve teknolojik kaynaklar olarak üçe ayırmış, çalışmaya temel teşkil eden kaynakları örgütsel kaynaklar altında fiziksel ve finansal kaynaklar adı altında değerlendirmek mümkündür. Çalışmada çalışan sayısı, ödenmiş sermaye ve aktif büyüklüğü işletmenin fiziksel ve finansal kaynakları olarak kullanılmıştır. Ayrıca, çalışmada kullanılan kaynaklar, Ibeh ve Wheeler (2005)'in fiziksel kaynaklar tanımı ile uyumlu olmaktadır.

3.3. Analiz Sonuçları

Bir önceki bölümde açıklandığı şekilde KTS için iki aşamalı VZA kullanılmıştır. TCMB Sektör Bilançoları veri tabanında imalat sektöründe DB – 17 ana sektörü ile DB – 18 ana sektöründen seçilen firmaların 2006, 2007 ve 2008 yılları verileri CCR (Charnes vd., 1978) girdi modeli kullanılarak çözülmüştür.

Veri seçimi ve verilerin değerlendirilmesi bölümünde açıklandığı üzere 2002 yılından bu tarafa sürekli olarak ihracat yapan ve sektör ortalaması üzerinde yurt dışı satışları olan firmalardan DB – 17'de 73, DB – 18'de ise 70 firma seçilmişti. Çalışmada kullanılacak girdi ve çıktılar göz önüne alındığında,

çıktı olarak dönem karı ve ihracat karlılık oranı kullanılacağından karlılığı negatif olan firmalar analize dahil edilmemiştir (Zhu, 2000: 108)¹.

Karı negatif olan işletmelerin analizde yer almaması için dönem karı pozitif olan firmalardan DB – 17’de 2006 yılında 63, 2007 yılında 67 ve 2008 yılında 53 firma seçilirken, DB – 18’de ise 2006 yılında 63, 2007 yılında 53 ve 2008 yılında 49 firma nihai olarak veri zarflama analizi için seçilmişlerdir. Ayrıca çalışmada, merkez bankasının küçük, orta ve büyük işletmeler için çalışan sayısı bazında kullandığı ölçek (çalışan sayısı 50’den az olanlar küçük, 50-500 arası olanlar orta, 500’den çok olanlar büyük) baz alınarak küçük, orta ve büyük işletmelerin etkinlik değerleri de incelenmiştir. Analize tabi tutulan firmaların çalışan sayısı ölçeğine göre dağılımları tablo 2’de verilmektedir. Buna göre, 3 yılda analiz yapılan toplam 347 firmadan %20’si küçük, %55’i orta, %25’i büyük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Firmalar ağırlıklı olarak orta ölçekli firmalardan oluşmaktadır. VZA için KonSi DEA Professional yazılımı ile DEA Solver 3.1 (LV) yazılımı kullanılmıştır.

Tablo 2: DB – 17 ve DB – 18 Analiz İçin Seçilen Firmaların Ölçeğe Göre Dağılımları

YIL	Sektör Kodu	Çalışan Sayısı				Toplam		
		50’den küçük		50 – 500 arası	500’den büyük			
2006	DB – 17	12	19%	29	46%	22	35%	63
	DB – 18	14	22%	39	62%	10	16%	63
2007	DB – 17	12	18%	30	45%	23	34%	67
	DB – 18	10	19%	34	62%	10	19%	53
2008	DB – 17	10	19%	26	49%	17	32%	53
	DB – 18	10	20%	34	69%	5	10%	49
Toplam		68	20%	192	55%	87	25%	347

¹Araştırmada kullanılan CCR modelinde negatif değerler dönüştürüldüğünde (translation) sonuç farklılaştığı (variant) için negatif değerli karlılığı olan firmalar çalışma dışında tutulmuştur. Negatif karlılığı olan firmalar farklı modellerle incelenebilir ama bu çalışma konusu dışındadır.

3.4. Birinci Aşama Analiz Sonuçları

3.4.1. DB – 17 Sektörü Birinci Aşama

KTS için belirlenen modelin birinci aşamasında DB-17 sektöründe dönem karı pozitif olan 2006 yılında 63, 2007 yılında 67 ve 2008 yılında 53 firma verileri ile yapılan analiz sonucunda 2006 yılında 10, 2007 yılında 12 ve 2008 yılında 8 firma işletme kaynakları bakımından teknik etkin bulunurken ölçeklere göre etkinlik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 6'da gösterilmektedir. Toplam etkinlik ortalaması 2006 ve 2008 yıllarında 0.52 ile aynı olurken 2007 yılında 0.44 ile düşük gerçekleşmiştir.

Tablo 3: KTS DB – 17 Birinci Aşama VZA Etkinlik Ortalamaları ve Standart Sapmaları

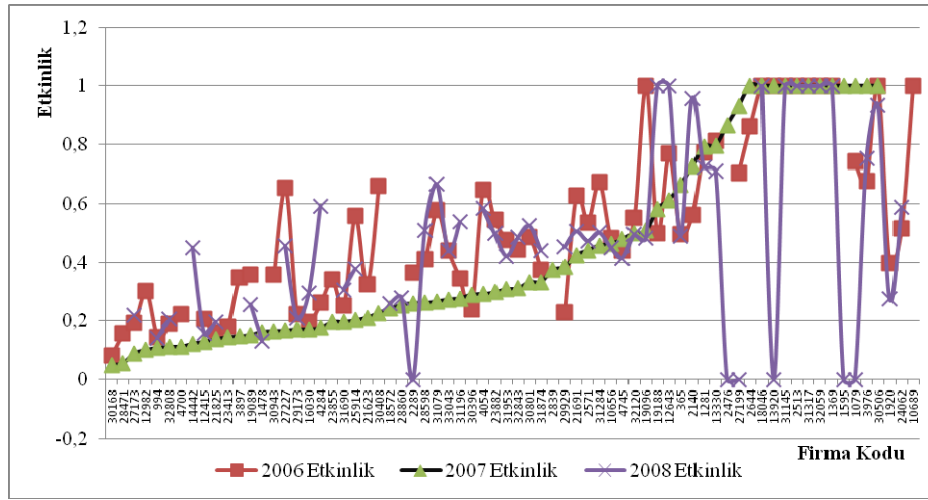
Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma
2006	0,57	0,29	0,46	0,27	0,59	0,28	0,52	0,28
2007	0,50	0,33	0,31	0,29	0,57	0,32	0,44	0,33
2008	0,59	0,31	0,45	0,22	0,57	0,34	0,52	0,29
3 Yıllın Ortalaması	0,55	0,31	0,41	0,26	0,58	0,31	0,49	0,30

DB – 17'de alınan sonuçlar ölçeğe göre değerlendirildiğinde her üç yılda da küçük ve büyük ölçekli firmaların etkinlik ortalamalarının yüksek olduğu orta ölçekli firmalarda düşük olduğu gözlenmektedir. 2006 ve 2007 yıllarında büyük ölçekli firmaların ortalamaları çok az farkla küçük işletmelerden yüksek iken 2008 yılında küçük işletmelerin ortalama etkinlik değerleri büyük işletmelerden az farkla yüksek gerçekleşmiştir. Orta ölçekli firmalarda etkinlik değerleri, yani ihracat performansı küçük ve büyük ölçekli işletmelere göre düşüktür. Bir başka deyişle orta ölçekli firmalar kaynaklarını ihracat performansı için etkin kullanamamaktadırlar. Küçük ve büyük ölçekli işletmeler varlıklarını ihracat satışlarına dönüştürme konusundaki ihracat performanslarında daha etkindirler.

DB 17 birinci aşama sonuçlarına göre 2007 yılında etkin firma sayısı daha fazla iken ortalama etkinlik daha düşük gerçekleşmiş 2006 ve 2008 yıllarında ise ortalama etkinlik daha yüksek olmuştur. Genel olarak incelendiğinde firmaların yıllar arasındaki etkinlik değerlerinde değişkenlik

gözlenmektedir. Ancak, etkin olan firmalardan yedi tanesi her üç yılda da ihracat performansı açısından etkin olmuşlardır. Bunlar 18046, 13920, 31145, 2513, 31317, 32059 ve 1369 kodlu firmalardır. Bu firmaların izledikleri stratejiler diğer firmalar açısından önem arz edebilir. Çünkü her üç yılda da bu firmalar diğer firmalara göre ihracat performansı açısından etkindirler (Grafik 1).

Grafik 1: KTS DB – 17 Birinci Aşama Yıllara Göre Etkinlik Değerleri



DB-17 sektöründe birinci aşamada etkin bulunan firmaların yıllara göre ve etkinlik aralıklarına göre dağılımı tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 4: KTS DB – 17 Birinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara Göre Aralık Dağılımı

Etkinlik Aralığı	2006		2007		2008	
	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi
0-0,1	1	1,59%	4	5,97%	2	3,85%
0,1-0,2	7	11,11%	17	25,37%	4	7,69%
0,2-0,3	7	11,11%	13	19,40%	8	15,38%
0,3-0,4	10	15,87%	6	8,96%	2	3,85%
0,4-0,5	9	14,29%	6	8,96%	14	26,92%
0,5-0,6	7	11,11%	2	2,99%	8	15,38%
0,6-0,7	6	9,52%	2	2,99%	1	1,92%

0,7-0,8	4	6,35%	3	4,48%	3	5,77%
0,8-0,9	2	3,17%	1	1,49%	0	0%
0,9-1,0	10	15,87%	13	19,40%	10	19,23%
Toplam	63	100%	67	100%	52	100%

Etkinlik aralıklarındaki dağılımlar incelendiğinde 2007 yılında daha çok 0.1 – 0.4 aralığında yoğunlaşma olduğu, 2006 ve 2008 yıllarında 0.2 – 0.6 aralığında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu yoğunlaşmalar ortalamalardaki farklılıklardan da gözlenebilmektedir (Tablo 7, Grafik 1).

3.4.2. DB – 18 Sektörü Birinci Aşama

KTS için belirlenen modelin birinci aşamasında DB-18 sektöründe dönem karı pozitif olan 2006 yılında 63, 2007 yılında 53 ve 2008 yılında ise 49 firma verileri ile yapılan analiz sonucunda 2006 yılında 14, 2007 yılında 18 ve 2008 yılında 12 firma işletme kaynakları bakımından etkin bulunurken etkinlik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 8’de gösterilmektedir. Toplam etkinlik ortalaması 2006 ve 2008 yıllarında 0.52 ile aynı olurken 2007 yılında 0.44 ile düşük gerçekleşmiştir.

Tablo 5: KTS DB – 18 birinci aşama VZA Etkinlik Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma
2006	0,67	0,24	0,62	0,27	0,60	0,35	0,63	0,27
2007	0,90	0,16	0,63	0,27	0,74	0,32	0,71	0,28
2008	0,87	0,17	0,64	0,27	0,54	0,34	0,68	0,27
3 Yılın Ortalaması	0,81	0,19	0,63	0,27	0,63	0,34	0,67	0,27

DB – 18’de alınan sonuçlar ölçeğe göre değerlendirildiğinde her üç yılda da küçük ölçekli firmaların etkinlik ortalamalarının yüksek olduğu orta ölçekli ve büyük ölçekli firmalarda düşük olduğu gözlenmektedir. Orta ve büyük ölçekli firmalarda etkinlik değerleri, yani ihracat performansı küçük ve ölçekli işletmelere göre düşüktür. Bir başka deyişle büyük ve orta ölçekli firmalar küçük ölçekli firmalarla karşılaştırıldığında kaynaklarını ihracat performansı için etkin kullanamamaktadırlar. Küçük ölçekli firmalar varlıklarını ihracat satışlarını dönüştürme konusundaki ihracat performanslarında daha etkindirler.

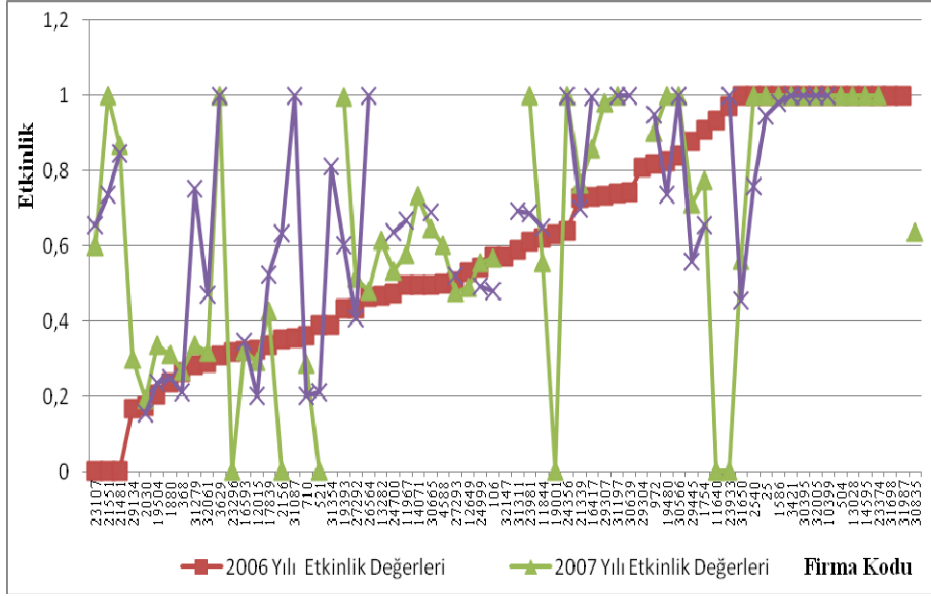
Bir başka deyişle, DB – 18 sektöründe de küçük ölçekli firmalar kaynaklarını ihracat performansı için etkin kullanabilirken, büyük ve orta ölçekli firmalar kaynaklarını ihracat performansı için etkin kullanamamaktadırlar.

DB–18 sektöründe birinci aşamada etkin bulunan firmaların yıllara göre ve etkinlik aralıklarına göre dağılımı tablo 9’da gösterilmektedir.

Etkinlik aralıklarındaki dağılımlar incelendiğinde 2006 yılında daha çok 0.3 – 0.5 ile 0.9 – 1.0 aralığında, 2007 yılında 0.5 – 0.6 ile 0.9 – 1.0 aralığında ve 2008 yılında ise 0.6 – 0.7 ile 0.9 – 1.0 aralığında yoğunlaşmaların olduğu görülmektedir. Bu yoğunlaşmalar ortalamalardaki farklılıklardan da gözlenmektedir (tablo 9, grafik 2).

Tablo 6: KTS DB – 18 birinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara Göre Aralık Dağılımı

Etkinlik Aralığı	2006		2007		2008	
	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi
0.0-0.1	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
0.1-0.2	2	3.17%	1	1.92%	1	2.04%
0.2-0.3	5	7.94%	4	7.69%	6	12.24%
0.3-0.4	10	15.87%	5	9.62%	1	2.04%
0.4-0.5	9	14.29%	4	7.69%	5	10.20%
0.5-0.6	6	9.52%	8	15.38%	3	6.12%
0.6-0.7	4	6.35%	4	7.69%	11	22.45%
0.7-0.8	5	7.94%	4	7.69%	4	8.16%
0.8-0.9	5	7.94%	2	3.85%	2	4.08%
0.9-1.0	17	26.98%	21	38.46%	16	32.65%
Toplam	63	100.00%	53	100.00%	49	100.00%

Grafik 2: KTS DB – 18 Birinci Aşama Yıllara Göre Etkinlik Değerleri

DB 18 birinci aşama sonuçlarına göre 2006 yılında etkin firma sayısı daha fazla iken ortalama etkinlik daha düşük gerçekleşmiş 2007 ve 2008 yıllarında ise ortalama etkinlik daha yüksek olmuştur. Genel olarak incelendiğinde firmaların yıllar arasındaki etkinlik değerlerinde değişkenlik gözlenmektedir. Ancak, etkin olan firmalardan üç tanesi her üç yılda da ihracat performansı açısından etkin olmuşlardır. Bunlar 30395, 32005 ve 10399 kodlu firmalardır. Bu firmaların izledikleri stratejiler diğer firmalar açısından önem arz edebilir. Çünkü her üç yılda da bu firmalar diğer firmalara göre ihracat performansı açısından etkindirler (Grafik 2).

3.4.3. DB – 17 ve DB – 18 Sektörü Birinci Aşama Sonuçları Karşılaştırma

DB – 17 ve DB 18 sektörlerinin birinci aşama sonuçları karşılaştırıldığında DB – 17 sektörünün genel olarak daha etkin olduğu gözlenmektedir. Bir başka deyişle DB – 17 sektöründeki firmalar KTS çerçevesinde ihracat performansları (ihracat satışları) için kaynaklarını (çalışan sayısı, aktif büyüklüğü, ve ödenmiş sermaye) daha etkin kullanmaktadır. Bu sonuç her üç yılın ortalama etkinliklerindeki farklılıklardan ve her üç yılda DB – 17 sektöründe daha fazla etkin firma sayısından fark edilmektedir (Tablo 6, 7, 8, 9 ve 10).

Tablo 7: KTS DB – 17 İkinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara ve Ölçeğe Göre Dağılımı

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik
2006	0.57	0.35	0.46	0.28	0.59	0.60	0.52	0.35
2007	0.50	0.44	0.31	0.11	0.57	0.24	0.44	0.19
2008	0.59	0.63	0.45	0.28	0.57	0.66	0.52	0.32
3 Yıllık Ortalaması	0.55	0.47	0.41	0.22	0.58	0.50	0.49	0.29

Elde edilen sonuçlar ölçeğe göre değerlendirildiğinde küçük, orta ve büyük ölçekli firmaların ortalamasının DB – 17’de, DB – 18’e göre yüksek olduğu görülmektedir. Her iki sektörde de 2007 yılındaki etkinlik ortalama değerlerinde bir düşüş gözlenmektedir.

3.5. İkinci Aşama Analiz Sonuçları

3.5.1. DB – 17 Sektörü İkinci Aşama

KTS için belirlenen modelin ikinci aşamasında DB – 17 sektöründe 2006, 2007 ve 2008 yılı verileri ile yapılan analiz sonucunda 2006 ve 2007 yılında 8, 2008 yılında ise 5 firma işletme yetenekleri bakımından etkin bulunurken etkinlik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 11’de gösterilmektedir. Toplam etkinlik ortalaması 2006 ve 2008 yıllarında 0.33 ile aynı olurken 2007 yılında 0.39 ile daha yüksek gerçekleşmiştir.

Tablo 8: KTS DB – 17 İkinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara ve Ölçeğe Göre Dağılımı

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma
2006	0,46	0,37	0,22	0,19	0,41	0,35	0,33	0,30
2007	0,57	0,40	0,26	0,22	0,46	0,53	0,39	0,42
2008	0,55	0,41	0,20	0,14	0,39	0,35	0,33	0,31
3 Yıllık Ortalama	0,53	0,39	0,23	0,18	0,42	0,41	0,35	0,34

Yetenekler firmanın istenilen sonucu elde etmek veya etkilemek için kaynaklarını kullanma kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır. (Amit ve Schoemaker, 1993). Çalışma bakımından firmaların “istenilen sonucu” çıktılarla ifade edilen “dönem karı” ve “ihracat karlılığı” olarak tanımlanmıştır. Buna göre de, firmaların yetenekleri bakımından etkin olması, mevcut kaynaklarını kullanarak bunu en etkin bir şekilde firma karlılığı ve ihracat karlılığına dönüştürebilmesi anlamına gelmektedir. Çalışmanın ihracat yoğunluğu yüksek olan firmalarla yapıldığı göz önüne alındığında etkinliği yüksek olan firmaların mevcut kaynaklarını ihracat karlılığına dönüştürebilmek ve dolayısıyla ihracat performansını artırabilmek için yeteneklerini en etkili bir şekilde kullananlar olduğu ortaya çıkmaktadır.

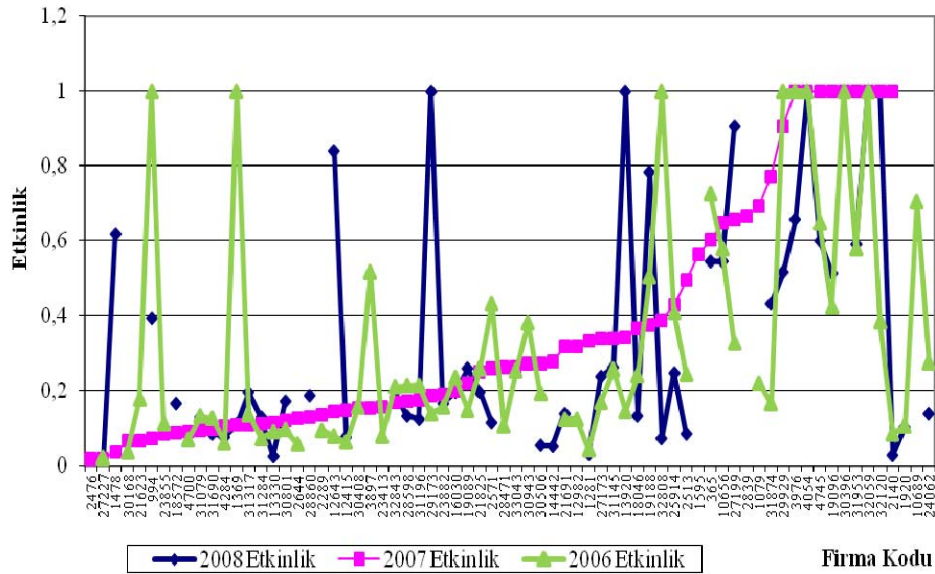
DB – 17’de ikinci aşamada alınan sonuçlar ölçeğe göre değerlendirildiğinde her üç yılda da küçük ölçekli firmaların etkinlik ortalamalarının yüksek olduğu büyük ve orta ölçekli firmalarda düşük olduğu gözlenmektedir. Küçük ölçekli firmaların 3 yıllık ortalama etkinlik oranları 0.53 iken bu oran orta ölçekliler için 0.23, büyük ölçekliler için 0.41’dir. Bu nedenle, küçük ölçekli firmalar göreceli olarak daha etkindir. Diğer bir deyişle, küçük ölçekli firmalar yeteneklerini çok daha etkili kullanarak ihracat performanslarını artırabilmektedirler. Büyük ve orta ölçekli firmalarda etkinlik değerleri, yani ihracat performansı küçük ölçekli işletmelere göre düşüktür. Bir başka deyişle büyük ve orta ölçekli firmalar yeteneklerini ihracat performansı için küçük ölçekli firmalarla karşılaştırıldığında etkin kullanamamaktadırlar.

DB-17 sektöründe ikinci aşamada etkin bulunan firmaların yıllara göre ve etkinlik aralıklarına göre dağılımı tablo 12’de gösterilmektedir.

Etkinlik aralıklarındaki dağılımlar incelendiğinde her üç yılda da etkinlik değerlerinin 0 – 0.2 aralığında yoğunlaştığı ve bu nedenle ortalama etkinlik değerlerinin de birinci aşamaya göre düşük gerçekleştiği ifade edilebilir (Tablo 11, 12).

Tablo 9: KTS DB – 17 İkinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara Göre Dağılımı

Etkinlik Aralığı	2006		2007		2008	
	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi
0.0-0.1	14	22,22%	11	16,42%	11	21,15%
0.1-0.2	17	26,98%	20	29,85%	18	34,62%
0.2-0.3	11	17,46%	8	11,94%	5	9,62%
0.3-0.4	3	4,76%	9	13,43%	1	1,92%
0.4-0.5	3	4,76%	2	2,99%	1	1,92%
0.5-0.6	4	6,35%	1	1,49%	5	9,62%
0.6-0.7	1	1,59%	5	7,46%	3	5,77%
0.7-0.8	2	3,17%	1	1,49%	1	1,92%
0.8-0.9	0	0,00%	0	0,00%	1	1,92%
0.9-1.0	8	12,70%	10	14,93%	6	11,54%
Toplam	63	100,00%	67	100,00%	52	100,00%

Grafik 3: KTS DB – 17 İkinci Aşama Etkinlik Değerleri

DB 17 ikinci aşama sonuçlarına göre 2007 yılında etkin firma sayısı ile birlikte ortalama etkinlikte diğer yıllara göre daha yüksek gerçekleşmiş 2006 ve 2008 yıllarında ise hem etkin firma sayısı hem de ortalama etkinlik daha düşük

olmuştur. Genel olarak incelendiğinde firmaların yıllar arasındaki etkinlik değerlerinde değişkenlik gözlenmektedir. Ancak, etkin olan firmalardan sadece iki tanesi her üç yılda da ihracat performansı açısından etkin olmuşlardır. Bunlar 4054 ve 32059 kodlu firmalardır. Bu firmaların izledikleri stratejiler diğer firmalar açısından önem arz edebilir. Çünkü her üç yılda da bu firmalar diğer firmalara göre ihracat performansı açısından etkindirler (Grafik 3).

3.5.2. DB – 18 Sektörü İkinci Aşama

KTS için belirlenen modelin ikinci aşamasında DB–18 sektöründe dönem karı pozitif olan 2006 yılında 63, 2007 yılında 53 ve 2008 yılında dönem karı pozitif olan 49 firma verileri ile yapılan analiz sonucunda 2006 yılında 9, 2007 yılında 5 ve 2008 yılında 4 firma ihracat satışları ve faaliyet giderlerini karlılığa dönüştürme yeteneği bakımından etkin bulunurken etkinlik ortalamaları ve standart sapmaları tablo 4.18’de gösterilmektedir. Toplam etkinlik ortalaması 2006 yılında 0.47, 2008 yıllarında 0.50 olurken 2007 yılında 0.22 ile daha düşük gerçekleşmiştir.

Firmaların yetenekleri bakımından etkin olması, mevcut kaynaklarını etkili bir şekilde kullanarak bunu en yüksek karlılığa dönüştürebilmesi anlamına gelmektedir. Çalışmanın ihracat yoğunluğu yüksek olan firmalarla yapıldığı göz önüne alındığında etkinliği yüksek olan firmaların mevcut kaynaklarını ihracat karlılığına dönüştürebilmek için yeteneklerini en etkili bir şekilde kullananlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, etkinlik değerleri firmaların kaynaklarını ne kadar etkili bir şekilde kullanarak ihracat performansını arttırdıklarını göstermektedir.

DB – 18’de alınan sonuçlar ölçüğe göre değerlendirildiğinde her üç yılda da büyük ölçekli firmaların etkinlik ortalamalarının yüksek olduğu küçük ve orta ölçekli firmalarda düşük olduğu gözlenmektedir. Küçük ve orta ölçekli firmalarda etkinlik değerleri, yani ihracat performansı büyük ölçekli işletmelere göre düşüktür. Bir başka deyişle büyük ölçekli firmalar küçük ve orta ölçekli firmalarla karşılaştırıldığında kaynaklarını ihracat performansı için etkin kullanmaktadırlar. Büyük ölçekli firmalar ihracat satışlarını dönem karına dönüştürme konusundaki ihracat performanslarında daha etkindirler. Bir başka deyişle, DB – 18 sektöründe de küçük ve orta ölçekli firmalar yeteneklerini ihracat performansı için etkin kullanamazken, büyük ölçekli firmalar kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak karlılıklarını arttırabilme yeteneğine sahip ve ihracat satışlarını dönem karına dönüştürme konusunda etkindirler.

Tablo 10: KTS DB – 18 İkinci Aşama VZA Etkinlik Ortalamaları ve Standart Sapmaları

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma	Ortalama Etkinlik	Standart Sapma
2006	0.35	0.28	0.28	0.27	0.60	0.35	0.35	0.32
2007	0.44	0.47	0.11	0.10	0.24	0.02	0.19	0.28
2008	0.63	0.42	0.28	0.45	0.66	0.38	0.32	0.31
3 Yıllık Ortalama	0.47	0.39	0.22	0.27	0.50	0.25	0.29	0.30

DB-18 sektöründe ikinci aşamada etkin bulunan firmaların yıllara göre ve etkinlik aralıklarına göre dağılımı tablo 14’te gösterilmektedir.

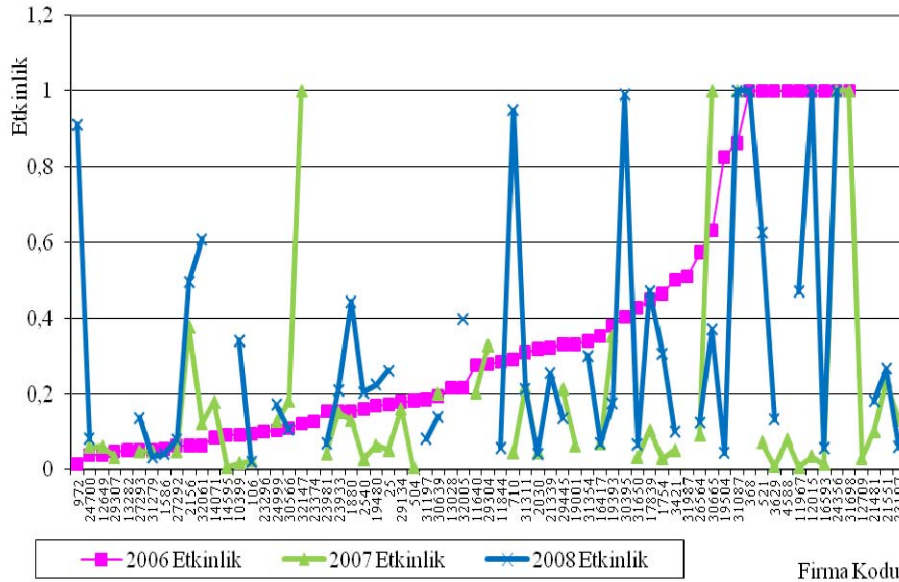
Tablo 11: KTS DB – 18 İkinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara Göre Dağılımı

Etkinlik Aralığı	2006		2007		2008	
	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi	Sayısı	Yüzdesi
0.0-0.1	16	25.40%	30	56.60%	14	28.57%
0.1-0.2	14	22.22%	10	18.87%	10	20.41%
0.2-0.3	6	9.52%	5	9.43%	7	14.29%
0.3-0.4	8	12.70%	3	5.66%	5	10.20%
0.4-0.5	4	6.35%	0	0.00%	4	8.16%
0.5-0.6	3	4.76%	0	0.00%	0	0.00%
0.6-0.7	1	1.59%	0	0.00%	2	4.08%
0.7-0.8	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
0.8-0.9	2	3.17%	0	0.00%	0	0.00%
0.9-1.0	9	14.29%	5	9.43%	7	14.29%
Toplam	63	100.00%	53	100.00%	49	100.00%

Etkinlik aralıklarındaki dağılımlar incelendiğinde her üç yılda da dağılımların 0 ile 0.2 aralığında yoğunlaşmaların olduğu görülmektedir. Bu dağılım nedeniyle ortalama etkinliklerde düşük gerçekleşmektedir (Tablo 13 ve 14).

DB 18 ikinci aşama sonuçlarına göre 2006 yılında hem etkin firma sayısı hem de ortalama etkinlik daha yüksek gerçekleşmiş 2007 ve 2008 yıllarında hem etkin firma sayısı hem de ortalama etkinlik daha düşük olmuştur. Genel olarak incelendiğinde firmaların yıllar arasındaki etkinlik değerlerinde değişkenlik gözlenmektedir. Ancak, etkin olan firmalardan sadece bir tanesi, 24356 kodlu firma, her üç yılda da ihracat performansı açısından etkin olmuştur. Bu firmanın izledikleri stratejiler diğer firmalar açısından önem arz edebilir. Çünkü her üç yılda da bu firma diğer firmalara göre ihracat satışlarını dönem karına dönüştürme yeteneği bakımından etkindir (Grafik 4).

Grafik 4: KTS DB – 18 İkinci Aşama Yıllara Göre Etkinlik Değerleri



3.5.3. DB – 17 ve DB – 18 Sektörü İkinci Aşama Sonuçlarının Karşılaştırması

DB-17 ve DB-18 ana sektörlerinin ikinci aşama sonuçları karşılaştırıldığında; DB-17 sektöründe bulunan firmaların 2007 ve 2008 yılları ortalamaları ile her üç yılın ortalamaları daha yüksek iken DB – 18 sektörü sadece 2006 yılında çok az bir farkla ortalama etkinliği daha yüksektir. Buna göre, sektördeki etkinlik değerlerinin genel olarak DB-17’de daha yüksek olduğu, bunun genel açıklamasının ise, DB – 17 sektöründeki firmaların ihracat satışlarını karlılığa yansıtmada daha etkin oldukları, dolayısıyla ihracat performanslarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bir başka deyişle mevcut

DB-17'deki firmaların kaynaklarını karlılığa dönüştürme yeteneklerinin ve böylelikle karlılıklarını artırma kabiliyetlerinin yüksek olduğu söylenilebilir.

Her iki sektördeki firmaların ölçek büyüklüklerine göre etkinlik değerleri karşılaştırıldığında ise; DB - 17'de küçük ölçekli firmaların, DB - 18'de ise büyük ölçekli firmaların ihracat satışlarını karlılığa yansıtma da daha etkin oldukları, dolayısıyla ihracat performanslarının daha yüksek olduğu söylenebilir. DB - 17'deki orta ölçekli firmaların etkinlik ortalamaları da DB - 18'deki firmalardan yüksektir (Tablo 15).

Tablo 12: KTS DB – 18 Birinci Aşama VZA Sonuçlarının Yıllara ve Ölçeğe Göre Dağılımı

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik	DB – 17 Ortalama Etkinlik	DB – 18 Ortalama Etkinlik
2006	0.46	0.35	0.22	0.28	0.41	0.60	0.33	0.35
2007	0.57	0.44	0.26	0.11	0.46	0.24	0.39	0.19
2008	0.55	0.63	0.20	0.28	0.39	0.66	0.33	0.32
3 Yılın Ortalaması	0.53	0.47	0.23	0.22	0.42	0.50	0.35	0.29

3.6. Birinci ve İkinci Aşama Analiz Sonuçları Karşılaştırması

3.6.1 DB 17 Birinci ve İkinci Aşama VZA Sonuçları Karşılaştırması

DB-17 sektöründe 32059 kodlu firma her üç yılda da her iki aşamada da yani hem mevcut kaynaklarını ihracat satışlarına dönüştürme hem de ihracat satışlarını karlılığa dönüştürme yeteneği bakımından üç yıl boyunca etkinliğini korumuştur. Bu şekilde her üç yılda da her iki aşamada da etkin olan başka bir firma yoktur. Dolayısıyla söz konusu firmanın kaynak yapıları ve ihracat satışları için izlediği yöntemler ile karlılığını artırmak için uyguladığı yönetim becerileri konularında uygulamaları diğer firmalarca örnek alınarak diğer firmaların bu şekilde ihracat performanslarını artırmaları mümkün olabilir.

DB – 17 sektöründe genel olarak birinci aşamadaki etkinlik ortalamaları yüksek iken aynı zamanda da küçük, orta ve büyük ölçekli firmaların ortalamaları da birinci aşamada yüksektir. Bu aşamada ölçek büyüklüğünün etkinliklerde etkisinin düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 16'daki veriler incelendiğinde DB – 17'de yer alan firmaların birinci ve ikinci Aşama etkinlik ortalama değerleri ölçek büyüklükleri ile birlikte karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Genel olarak bakıldığında ikinci aşamada etkinlik değerlerinin daha düşük olduğu gözlenmektedir. Birinci aşamada etkinliği düşük olan ancak ikinci aşamada etkinliği yüksek olan firmalar mevcut kaynaklarını ihracat satışlarına dönüştürmede etkin değilken, satışlarını karlılığa dönüştürme yeteneği konusunda etkindirler. Diğer taraftan, birinci aşamada etkin olan firmalardan ikinci aşamada etkin olmayanlar ihracat satışlarını karlılığa dönüştürmede başarısızdılar. Bunun anlamı, işletmeler kaynaklarını etkin kullanarak ihracat satışlarında etkinliği sağlayabilmelerine rağmen, istenilen sonuç olan ihracat karlılığı konusundan yeteneklerini etkin olarak ortaya koyamadıklarıdır. Firmaların satışlar konusundaki başarılarını karlılıklarına yansıtma konusu üzerinde değerlendirmeler yaparak gerekli önlemleri almaları etkinliklerini artırmalarına yardımcı olacaktır. Böylece, ihracat performanslarını da artırmış olacaklardır.

Tablo 13: KTS DB – 17 Birinci ve İkinci Aşama VZA Etkinlik Ortalamalarının Yıllara ve Ölçeğe Göre Dağılımı

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik
2006	0.57	0.46	0.46	0.22	0.59	0.41	0.52	0.33
2007	0.50	0.57	0.31	0.26	0.57	0.46	0.44	0.39
2008	0.59	0.55	0.45	0.20	0.57	0.39	0.52	0.33
3 Yıllın Ortalaması	0.55	0.53	0.41	0.23	0.58	0.42	0.49	0.35

3.6.2. DB 18 Birinci ve İkinci Aşama VZA Sonuçları Karşılaştırması

DB-18 her üç yılda da her iki aşamada da yani hem mevcut kaynaklarını ihracat satışlarına dönüştürme hem de ihracat satışlarını karlılığa dönüştürme yeteneği bakımından üç yıl boyunca etkinliğini koruyabilen bir firma tespit edilememiştir. Bu şekilde her üç yılda da her iki aşamada da etkin olan bir firma yoktur. 30395 ve 32005 kodlu firmalar her üç yılda da birinci aşamada etkin olurken 24700 kodlu firma her üç yılda da sadece 2. aşamada etkin olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla 30395 ve 32005 kodlu firmaların kaynak yapıları

ve ihracat satışları için izlediği yöntemler ile 24700 kodlu firmanın karlılığını artırmak için uyguladığı yönetim becerileri konularında uygulamaları hep birlikte değerlendirilerek diğer firmalara örnek stratejiler oluşturulabilir ve bu şekilde diğer firmaların ihracat performanslarını artırmaları mümkün olabilir.

DB – 18 sektöründe genel olarak birinci aşamadaki etkinlik ortalamaları yüksek iken aynı zamanda da küçük, orta ve büyük ölçekli firmaların ortalamaları da birinci aşamada yüksektir. Bu aşamada ölçek büyüklüğünün birinci ve ikinci aşama etkinliklerin belirlenmesindeki etkisinin düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 14: KTS DB – 18 Birinci ve ikinci Aşama VZA Etkinlik Ortalamalarının Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Küçük Ölçekli Firmalar		Orta Ölçekli Firmalar		Büyük Ölçekli Firmalar		Toplam	
	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik	1. Aşama Ortalama Etkinlik	2. Aşama Ortalama Etkinlik
2006	0.67	0.35	0.62	0.28	0.60	0.35	0.35	0.27
2007	0.90	0.44	0.63	0.11	0.24	0.32	0.19	0.28
2008	0.87	0.63	0.64	0.28	0.66	0.34	0.32	0.27
3 Yıllın Ortalaması	0.81	0.47	0.63	0.22	0.50	0.34	0.29	0.27

Değerlendirme ve Sonuç

Genel olarak, tekstil sektöründe ihracat satışları konusunda kaynak kullanımında firmaların etkin olduğu ancak, ihracat satışlarının karlılığa olumlu yansımaları konusunda etkinliklerinin düşük olduğu söylenebilir. İkinci aşamada etkin olan firmaların satışlarını artırma yönünde kaynaklarını gözden geçirmeleri, birinci aşamada etkin olan firmaların ise satışlarını karlılığa yansıtma konusundaki becerilerini değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu şekilde firmaların ihracat performanslarını artırmaları mümkün olabilecektir. Genel olarak, tekstil sektöründe firmaların ihracat satışları için gerekli kaynaklara sahip olduğu ve bu kaynakları satışlar konusunda etkin bir şekilde kullandıkları söylenebilirken, aynı etkinliğin satışların karlılığa yansıtılmada gözlenmediği ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, firmalar karlılığı çok fazla gözetmeden ihracat satışları gerçekleştirmektedirler denilebilir. Bunun altında firmaların değişik motivasyonları olabilir. Bunlardan biri, firmaların karlılık durumunu çok fazla dikkate almadan ihracat satışlarını prestij amaçlı yüksek tutmak

istemeleri olabilir. Bunun yanında yapılacak bir anket çalışması ile firmaların sadece ihracat satışları mı, yoksa ihracatın yanında karlılığın mı tercih edildiğine yönelik tercihleri hakkında bilgi edinilebilir.

Diğer taraftan, her iki sektörde de küçük ölçekli firmaların daha etkin olduğu, ihracat performanslarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Diğer bir deyişle, küçük ölçekli firmalar hem kaynaklarını etkin kullanarak ihracatlarını artırabilmekte, hem de yeteneklerini çok daha etkin kullanarak ihracat performanslarını artırabilmektedirler. Bunun nedeni, firmaların hareket kabiliyetinin yüksek olması ve sınırlı ve az olan kaynaklarını çok daha etkin bir şekilde ihracata yönelik olarak kullanabilmeleri olabilir. Ayrıca, küçük firmaların sınırlı olan kaynakları ile belli pazarlara odaklanarak ya da belli ürünlerin ihracatına odaklanarak niş pazarlara odaklanma stratejisi (Porter, 1980) ile karlı ihracat alanlarında kaynaklarını ve yeteneklerini kullanmalarından kaynaklanabilir. Diğer bir nedende, küçük ölçekli işletmelerin yerel firmalarla çok iyi iletişim kurarak ilişkilerini çok iyi yönetmeleri, esnek üretim ve pazarlama ile pazarlara istenilen ürünleri kısa sürede temin edebilmeleri olabilir. Diğer taraftan, ihracatla ilgili bilgilerin çok sıklıkla elde edilmesi ve yeteneklerin ihracat yönünde geliştirilerek kullanılması rekabet gücünü artırmaktadır (Julien ve Ramangalahy, 2003). Küçük ölçekli işletmelerin ihracat performansının yüksek olmasında bu nedenler de etkili olabilir.

Küçük işletmeler pazarlama farklılaştırması, segmentasyon farklılaştırması, yenilikçilik farklılaştırması ve kaliteli ürün ve hizmet sunma stratejileri ile ihracat performanslarında farklılık yaratarak başarılı olabilirler. İhracatçı küçük işletmeler en iyi ihracat performansına segmentasyon farklılaştırması ve yenilikçilik farklılaştırması stratejileri ile ulaşmaktadırlar (Namiki, 1989).

Uluslar arası ticaret için daha çok çaba sarf eden, süreçleri yenileyen ve ihracat teşviklerini kullanan küçük ölçekli işletmelerin ihracat performansını olumlu etkileyebilir (Alvarez, 2004).

DB – 18 sektöründe ikinci aşamada büyük ölçekli işletmelerin etkinlik ortalamaları küçük ve orta ölçekli işletmelere göre daha yüksek çıkmıştır. Bunun nedeni rekabetçi fiyat, dağıtım kanalları ilişkisi, tedarik zinciri bağlantısı ve yeterli finansal kaynakları ile büyük ölçekli işletmelerin ihracat performansları küçük ve orta ölçekli işletmelere göre daha etkin olabilir. Ayrıca büyük ölçekli işletmelerin ölçek ekonomileri, kapsam ve öğrenmeden elde ettikleri sinerji ile işletmenin rekabetçi aktivitelerinin piyasalar arasında planlamasını ve uygulamasını bütünleştirmelerinden ihracat performansında etkin oldukları söylenebilir. (Almeida Couto vd., 2006; 146). Bu çerçevede, DB – 18 “*Giyim Eşyası İmalatı; Kürkün İşlenmesi ve Boyanması*” sektöründe

büyük ölçekli firmaların etkinliğinin yüksek olması bu sektördeki firmaların kaynaklarını etkin kullandıklarını ve bu şekilde karlılıklarını yüksek tuttuklarını göstermektedir. Bir başka deyişle, bu sektörde ihracat yapan firmaların büyük ölçekli olması yüksek performans açısından önemli olmaktadır.

Piyasa bilgisi en geniş anlamında piyasadaki müşteriler, rakipler, tedarikçiler, ürünler ve diğer piyasadaki taraflar hakkında birincil ve ikincil kaynaktan elde edilen bilgiler ile kişisel tecrübeleri de içeren her türlü kaynaktan elde edilen bilgiler olarak tanımlanmaktadır (Bradshaw ve Burridge, 2001; 269). Birçok çalışma bilgi eksikliğinin küçük işletmelerin gelişiminde temel sınırlayıcı etken olduğu ifade edilmektedir. Dodge vd. (1994) piyasa bilgisindeki eksikliğin ABD'deki küçük işletmeler için temel problem olduğunu; Poutziouris vd. (1999) ise piyasa araştırması azlığının ve rekabet hakkında zayıf bilginin küçük işletmelerin büyümesinde temel sınırlayıcılar olduğunu vurgulamaktadırlar (Bradshaw ve Burridge, 2001; 269). Aynı şekilde yabancı piyasalar hakkında bilgi eksikliği (Aaby ve Slater, 1989) ve yurt dışı piyasaların düzenlemesi ve kuralları hakkındaki belirsizlikler (Moini, 1997) yurt dışı piyasalara açılmak için temel sınırlayıcılar olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle küçük işletmelerin bu çerçevede bilgi eksikliği nedeniyle etkinliklerinde bir düşüş ve büyük ölçekli işletmelerin piyasa elde etmedeki etkinliklerinden dolayı DB – 18 sektöründe ikinci aşamada büyük ölçekli işletmelerin etkinliği ve dolayısıyla ihracat performansı yüksek olabilir.

Yıllar itibarıyla incelendiğinde her iki sektörde de hem birinci aşama hem de ikinci aşama VZA sonuçlarında 2007 yılı etkinlik değerlerinin düşük olduğu gözlenmektedir. Bu düşüklük 2007 yılında hem EURO hem de USD kurlarındaki aşağı yönlü hareketten dolayı firmaların hem satışları hem de karlılıklarını olumsuz etkilemesinden kaynaklanabilir. İhracat satışları için kullanılan gelir tablosunda yer alan yurt dışı satış rakamları, firmaların belli bir dönemde gerçekleştirdiği satışların Türk lirası üzerinden gelir tablosuna yansımaları sonucu oluşmaktadır. Bu nedenle döviz kurlarındaki düşüşler ihracat satışlarını ve karlılığı olumsuz etkilediği için 2007 yılındaki kurdaki düşüşler nedeniyle firmaların etkinlik ortalamaları 2006 ve 2008 yıllarına göre düşük gerçekleşmiş olabilir.

Daha sonra yapılacak çalışmalarda farklı sektörler karşılaştırılarak, sektör içi firma etkinlikleri karşılaştırılarak hangi sektördeki firmaların yetenek ve kabiliyetlerini daha iyi kullandıkları araştırılabilir. Çıkacak sonuçlara göre farklı sektörlerle yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile firmaların eksiklikleri giderilebilir. Ayrıca, etkinliği az olan sektörlerle verilecek teşviklerle o sektördeki firmaların geliştirilmelerine yardımcı olunabilir.

Kaynakça

- Aaby, N.E. ve Slater, S.F. (1989), "Management Influences on Export Performance: a Review of the Empirical Literature 1978-88", *International Marketing Review*, 6 (4): 7-26.
- Almeida Couto, J. P., Tiago, M. T. B., Vieira, J.C., Fortuna, M.A. (2006) "Contextual and Operational Determinants of Export Performance of Companies in Europe" *The Business Review*, 5 (1): 145-154.
- Alvarez, R. E., (2004) "Sources of Export Success in Small and Medium-sized Enterprises: The Impact of Public Programs" *International Business Review*, 13: 383-400.
- Armit, R. ve Schoemaker, P.J. (1993), "Strategic Assets and Organizational Rent", *Strategic Management Journal*, 14 (Ocak): 33-46.
- Axinn, C.N. (1988), "Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference?" *International Marketing Review*, 5 (2): 61-71.
- Bakırcı, F., (2006) "Sektörel Bazda Bir Etkinlik Ölçümü: VZA ile Bir Analiz" *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (2): 199-217.
- Barney, J. B. (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Barney, Jay B. (1986) "Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage?" *Academy of Management Review*, 11 (3): 656-665.
- Barney, Jay B., (1994) "Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage" *Strategic Management Journal*, 15 (Special Issue): 175-190.
- Barney, Jay B., (2001) "Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective on The Resource-Based View" *Journal of Management*, 27 (6): 643-651.
- Barney, J. B. ve Clark, D. N. (2007) *Resource – Based Theory Creating and Sustaining Competitive Advantage*, Oxford Press.
- Bayrak, A., Özcan A. İ., Anıl, N. K., Emre, F. (2003-2004) "İstanbul İlinden Seçilmiş Tekstil Sektörüne Ait Firmaların Veri Zarflama Analizi ile Etkinliklerinin Ölçülmesi" *Review of Social, Economic & Business Studies*, 3 (4): 161-177.
- Bilkey, Warren J., (1982) "Variables Associated with Export Profitability". *Journal of International Business Studies*, 13 (2): 39-55.
- Bradshaw, Robert, ve Mark Burridge (2001) "Practices of Successful Small and Medium-sized Exporters: The Use of Market Information" *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8 (3): 267-273.

- Cavusgil, S.T., ve Zou, S. (1994), "Marketing Strategy Performance Relationships: An Investigation of The Empirical Link in Export Market Ventures", *Journal of Marketing*, 58: 1-21.
- Chandra, P., Cooper, William W., Li, S., Rahman, A., (1998) "Using DEA to Evaluate 29 Canadian Textile Companies – Considering Returns to Scale" *International Journal of Production Economics*, 54: 124-141.
- Charnes, A., W.W. Cooper ve E. Rhodes. (1978) "Measuring the Efficiency of Decision Making Units". *European Journal of Operational Research*. 2: 429-444.
- Conner, K.R. (1991), "A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have A New Theory of The Firm", *Journal of Management*, 17 (Mart): 121-54.
- Cooper, Robert G., Kleinschmidt, E., J., (1985) "The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance" *Journal of International Business Studies*, 16: 37-55.
- Daft, R. (1983), *Organization Theory and Design*, West, New York, NY.
- Demsetz, Harold, (1973) "Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy," *Journal of Law & Economics*, University of Chicago Press, 1-9.
- Dean D. L., Menguc, B., Myers, C. P., (2000), "Revisiting Firm Characteristics, Strategy and Export Performance Relationship: A Survey of the Literature and an Investigation of New Zealand Small Manufacturing Firms" *Industrial Marketing Management*, 29: 461-477.
- Denis, J.E., Depelteau, D. (1985), "Market Knowledge, Diversification and Export Expansion", *Journal of International Business Studies*, 16, 77-89.
- Dhanaraj, Charles; Beamish, Paul W., (2003) "A Resource-based Approach to the Study of Export Performance" *Journal of Small Business Management*, 41 (3), 242-261.
- Dierickx, I., Cool, K. (1989), "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage" *Management Science*; 35 (12): 1504-1511.
- Diñçer, S. E., (2008) "Veri Zarflama Analizinde Malmquist Endeksiyle Toplam Faktör Verimliliği Değişiminin İncelenmesi ve İMKB Üzerine Bir Çalışma" *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXV (2): 825 – 846.
- Dodge, R., Fullerton, S. ve Robbins, J. (1994) "Organizational Life Cycle Stage and Competition: Mediators of Problem Perception for Small Businesses", *Strategic Management Journal*, 15(2): 121-135.
- Düzakın, E., Düzakın, H., (2007) "Measuring the Performance of Manufacturing Firms with Super Slacks Based Model of Data Envelopment Analysis: An application of 500 Major Industrial Enterprises in Turkey" *European Journal of Operational Research*, 182: 1412-1432.
- Esenbel, M., Erkin, M.O. ve Erdoğan, F.K. (2001), " Veri Zarflama Analizi ile Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Etkinliğinin Karşılaştırılması". <http://analiz.ibsyazilim.com/egitim/gazi001.html>

- Farrell, M. J. (1957) "The Measurement of Productivity Efficiency". *Journal of the Royal Statistical Society*, 120: 253-290.
- Feroz, E.H., Kim, S., Raab, R.L., (2003) "Financial Statement Analysis: A Data Envelopment Analysis Approach" *Journal of the Operational Research Society*, 54: 48-58.
- Grant, R.M. (1991), "The Resource-Based Theory Of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation", *California Management Review*, (ilkbahar): 114-35.
- Gourlay, Adrian, Seaton, Jonathan, Suppakitjarak, Joy, (2005) "The Determinants of Export Behaviour in UK Service Firms" *Service Industries Journal*, 25 (7): 879-889.
- Greene, P., Brush, C. G., Hart, M. M., (1999) "The Corporate Venture Champion : A Resource Based Approach to Role and Process" *Entrepreneurship Theory and Practice*, (Spring): 103-122.
- Hamel, G. Prahalad, C.K. (1994). "Competing for the Future" *Harvard Business Review*, 72 (4): 122-128.
- Ibeh, K. I. N. ve Wheeler, C. N. (2005) "A Resource-Centered Interpretation of Export Performance" *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1: 539-556.
- Ito, K., ve Pucik, Y., (1993) "R&D Spending, Domestic Competition, and Export Performance of Japanese Manufacturing Firms" *Strategic Management Journal*, 14: 61-75.
- Ito, K., (1997) "Domestic Competitive Position and Export Strategy of Japanese Manufacturing Firms: 1971-1985" *Management Science*, 43 (5): 610-623.
- Johnson, Jean L. and Wiboon Arunthanes (1995), "Ideal and Actual Product Adaptation in U.S. Exporting Firms," *International Marketing Review*, 12 (3), 31-46.
- Julien, Pierre-André, Ramangalahy, Charles, (2003) "Competitive Strategy and Performance of Exporting SMEs: An Empirical Investigation of the Impact of Their Export Information Search and Competencies" *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 27(3), 227-245.
- Kaleka, Anna, (2002) "Resources and Capabilities Driving Competitive Advantage in Export Markets: guidelines for Industrial Exporters" *Industrial Marketing Management*, 31(3): 273-283.
- Katsikeas, C.S., Piercy, N.F. ve Ioannidis, C. (1996), "Determinants of Export Performance in a European Context", *European Journal of Marketing*, 30 (6): 6-35.
- Katsikeas, S. Constantine, Leonidou, Leonidas C. ve Morgan, Neil A. (2000), "Firm Level Export Performance Assessment, Review Evaluation and Development, *Journal of the Academy of Marketing*, 28 (4): 493-511.
- Kayalı, C. Alptekin, (2009) " 2007 Yılı Tekstil İşletmelerinin Finansal Karlılık Açısından Etkinliklerinin Değerlendirilmesi" *Tekstil ve Konfeksiyon*, 1: 3-8.
- Kim, S., Gopinath M., Kim, H., (2009) "High productivity before or after exports? An empirical analysis of Korean manufacturing firms" *Journal of Asian Economics*, 20: 410-418.

- Knight, Gary A., Cavusgil S. Tamer, (2004) "Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-global Firm" *Journal of International Business Studies* 35: 124–141.
- Lachenmaier, Stefan ve Ludger Woßmann (2006) "Does Innovation Cause Exports? Evidence from Exogenous Innovation Impulses and Obstacles using German Micro Data" *Oxford Economic Papers*, 58: 317–350.
- Lee, Chol, Griffith, David A., (2004) "The Marketing Strategy-performance Relationship in an Export-driven Developing Economy, a Korean Illustration" *International Marketing Review*; 21 (3): 321-335.
- Leonidou, Leonidas C.; Katsikeas, Constantine S.; Samiee, Saeed, (2002) "Marketing Strategy Determinants of Export Performance: a Meta-analysis" *Journal of Business Research*, 55 (1): 51-67.
- Ling-ye, Li, Ogunmokun, Gabriel O. (2001) "The Influence of Interfirm Relational Capabilities on Export Advantage and Performance: an Empirical Analysis" *International Business Review*, 10: 399–420.
- Liu, Xiaohui, Shu, Chang, (2003) "Determinants of Export Performance: Evidence from Chinese Industries" *Economics of Planning*, 36 (1): 45-67.
- Madsen, T.K. (1989), "Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence", *International Marketing Review*, 6 (44): 41-57.
- Majocchi Antonio, Emanuele Bacchiocchib, Ulrike Mayrhoferc, (2005) "Firm Size, Business Experience and Export Intensity in SMEs: A Longitudinal Approach to Complex Relationships" *International Business Review*, 14: 719–738
- Makadok, R. Barney, Jay B., (2001) "Strategic Factor Market Intelligence: An Application of Information Economics to Strategy Formulation and Competitor Intelligence" *Management Science*, 47(12): 1621-1638.
- McGahan, Anita M., ve Porter, Michael E., (1997) "How Much Does Industry Matter, Really?" *Strategic Management Journal*, 18 (yaz özel sayı): 15-30.
- McGuinness, Norman W. ve Blair, Little (1981), "The Influence of Product Characteristics on the Export Performance of New Industrial Products," *Journal of Marketing*, 45 (Spring), 110-22.
- Morgan, Neil A., Kaleka, Anna, Katsikeas, Constantine S., (2004) "Antecedents of Export Venture Performance: A Theoretical Model and Empirical Assessment" *Journal of Marketing*, 68 (1), 90-108.
- Moini, A. (1997) "Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-sized Manufacturing Firms", *Journal of Global Marketing*, 10(4): 67–93.
- Namiki, N. (1989) "The Impact of Competitive Strategy on Export Sales Performance: An Exploratory Study" *The Mid-Atlantic Journal of Business*; <http://www.highbeam.com/doc/1G1-8800023.html> (25.04.2012).

- Nath, P., Nachiappan, S., Ramanathan, R., (2010) "The Impact of Marketing Capability, Operations capability and Diversification Strategy on Performance: A Resource-based View" *Industrial Marketing Management*, 39 (2): 317-329.
- Nelson, R., ve Winter, S., (1982) *An Evolutionary Theory of Economic Change* Cambridge, MA, Belknap Press.
- Penrose, E. T., (1959) *The Theory of the Growth of the Firm*, Newyork, Wiley
- Perçin, S., Ustasüleyman, T., (2007) "Tekstil ve Gıda Sektöründe Etkinlik Ölçümü: VZA-malmquist TFP Endeksi Uygulaması" *İktisat İşletme ve Finans*, 22 (250): 154-171.
- Peteraf, Margaret A., (1993) "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View" *Strategic Management Journal*, 14: 179-192.
- Piercy, Nigel F., Kaleka, A., Katsikeas, C., S., (1998) "Sources of Competitive Advantage in High Performing Exporting Companies" *Journal of World Business*, 33 (4): 378-391.
- Poutziouris, P., Binks, M. and Bruce, A. (1999) "A Problem-based Phenomenological Growth Model for Small Manufacturing Firms", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 6(2): 139–152.
- Rose, G., M., Aviv S., (2002) "Export Performance and Market Orientation Establishing an Empirical Link" *Journal of Business Research*, 55, 217– 222.
- Rumelt, R. P., (1984). Toward a Strategic Theory of the Firm. In R. Lamb (Ed.), *Competitive Strategic Management*, (556-570). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Rumelt, R. P., (1991) "How Much Does Industry Matter?" *Strategic Management Journal*, 12: 167-185.
- Samad, Q., A., Patwary, F., K., (2003) "Technical Efficiency in the Textile Industry of Bangladesh: an Application of Frontier Production Function" *Information and Management Sciences*, 14 (1): 19-30.
- Schendel, D. (1994) "Strategy: Search for New Paradigms" *Strategic Management Journal*, 15 (Special Issue): 1-5.
- Seringhaus, R. (1993) "Comparative Marketing Behavior of Canadian and Austrian high-tech exporters" *Management International Review*, 33 (3): 247–269.
- Shoham, A. (1996) "Marketing-mix Standardization: Determinants of Export Performance", *Journal of Global Marketing*, 10 (2): 53-73.
- Sueyoshi, T., Mika G., Yusuke O., (2010) "Corporate Governance and Firm Performance: Evidence from Japanese Manufacturing Industries after the Lost Decade" *European Journal of Operational Research*, 203: 724–736.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997) "Dynamic Capabilities and Strategic Management" *Strategic Management Journal*, 18: 509–534.

- Tokuda, A., (2005) "The Critical Assessment of the Resource-Based View of Strategic Management: The Source of Heterogeneity of the Firm", *Ritsumeikan International Affairs*, 3: 125-150.
- Ulucan, A., (2000) "Şirket Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı: Genel ve Sektörel Bazda Değerlendirmeler" *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1): 419-437.
- Ulucan, A., (2002) "ISO500 Şirketlerinin Etkinliklerinin Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı:Farklı Girdi Çıktı Bileşenleri ve Ölçeğe Göre Getiri Yaklaşımları İle Değerlendirmeler" *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57 (2): 182-202.
- Yalama, A., Sayım, M., (2008) "Veri Zarflama Analizi İle İmalat Sektörünün Performans Değerlendirmesi" *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (1): 89-107.
- Yıldız, A. (2006) "Otomotiv Sektörü Performansının Değerlendirmesi" *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İlke)*, Bahar, 16.
- Wernerfelt, B. (1984) "A Resource-based View of the Firm" *Strategic Management Journal*, 16(2): 171-180.
- Wernerfelt, B. (1989), "From Critical Resources to Corporate Strategy", *Journal of General Management*, 14: 4-12.
- Zhu, J., (2000) "Multi-factor Performance Measure Model with an Application to Fortune 500 Companies" *European Journal of Operational Research*, 123: 105 – 124.
- Zou, S., Simona S., (1998) "The determinants of Export Performance: a Review of the Empirical Literature Between 1987 and 1997". *International Marketing Review*, 15 (5), 333-356.

EK 1: Veri zarflama analizi ile performans değerlendirmesi yapılan çalışmalar

YIL	Çalışmayı Yapan	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmada Kullanılan Girdiler	Çalışmada Kullanılan Çıkarlar
2007	Düzakın, E., Düzakın H.	İSO 500	Özsermaye Net Varlıklar Ortalama Çalışan Sayısı Borçlar	Vergi Öncesi Kar İhracat Gelirleri
2010	Sueyoshi, T., Goto M., Omi, Y.,	Japonya 270 firma	Satılan mallar maliyeti Çalışan sayısı Fabrika ve ekipmaların defter değeri	Toplam gelir
2008	Diğer, S. Erdal	İMKB'de 31 Tekstil ve Deri	Cari oran Finansal kaldıraç oranı Özkaynak/toplam aktifler Özkaynak/toplam yabancı kaynaklar Kısa vadeli yabancı kaynak /toplam aktifler Maddi duran varlıklar /özkaynaklar Net satışlar/toplam aktifler Net satışlar / Özkaynak	Net kar marjı Esas faaliyet kar marjı Faaliyet kar marjı Özsermaye kar marjı Aktif kar marjı
2003 - 2004	Bayrak, A., Özcan A. İ., Anıl, N. K., Emre, F.	İstanbul'da 25 Tekstil	Net aktif Özsermaye Çalışan sayısı	Ciro Vergi öncesi kar İhracat
1998	Chandra, P., vd.	Kanada 29 Tekstil	Son 10 yıldaki ortalama yatırım tutarı Çalışan sayısı	Toplam satışlar
2009	Kim, S., Gopinath M., Kim, H.,	1335 Koreli firma 8 sektör	Sermaye - Maddi duran varlıklar İşgücü Hammadde AR-GE giderleri	Toplam satışlar - yurt içi ve yurt dışı
2001	Esenbel vd.	İMKB 15 tekstil, giyim ve deri	Cari oran Nakit oranı Likidite oranı Net işletme sermayesi/aktifler	Net kar Aktif karlılığı Özsermaye karlılığı

YIL	Çalışmayı Yapan	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmada Kullanılan Girdiler	Çalışmada Kullanılan Çıktılar
2008	Yalama, A., Sayım, M.,	İMKB 157 İmalat	Cari oran	Net kar / Özsermaye
			Finansal kaldıraç oranı Özkaynaklar/toplam aktifler Özkaynaklar / toplam yabancı kaynaklar KVYK / Toplam pasifler Maddi duran varlıklar / Özkaynaklar Net satışlar / Aktifler Net satışlar / özkaynaklar	Net kar / Toplam aktifler
2003	Feroz, E.H., Kim, S., Raab, R.L.,	26 petrol ve gaz şirketi	Toplam Varlıklar Özsermaye Satılan Mallar Maliyeti	Satışlar
2003	Samad, Q., A., Patwary, F., K.,	12 Tekstil	Toplam Sabit Varlıklar Çalışan sayısı Toplam Hammadde Maliyeti	Toplam Çıktı
2002	Ulucan, A.,	İSO500'den İMKB'de işlem gören 103'ü	Çalışan sayısı Aktif toplamı Özsermaye Toplamı	Piyasa Değeri Hisse Başına Kar Satışlar Kar
2007	Perçin, S., Ustasüleyman, T.,	İMKB'de Tekstil ve gıda sektöründeki 55 firma	Çalışan sayısı Aktif toplamı Özsermaye Toplamı	Piyasa Değeri Hisse Başına Kar Satışlar Kar
2000	Ulucan, A.,	İMKB 225 Firma	Personel Sayısı Duran Varlıklar Ödenmiş Sermaye	Piyasa değeri Net Satışlar Vergi Sonrası Net Kar
2006	Bakırcı, F.,	Türkiye'de ilk 500 şirket arasından 13 Otomotiv firması	Net aktifler Özsermaye Çalışan İşçi sayısı	Net satış Vergi öncesi kar İhracat
2009	Kayalı, C. Alptekin,	Fortune Türkiye'de ilk 500'deki tekstil firmaları	Çalışan sayısı Özsermaye Aktif Toplamı	Net satışlar Net kar

<i>YIL</i>	<i>Çalışmayı Yapan</i>	<i>Çalışmanın Kapsamı</i>	<i>Çalışmada Kullanılan Girdiler</i>	<i>Çalışmada Kullanılan Çıktılar</i>
2000	Zhu, J.,	Fortune 500	1. aşama	
			Çalışanlar	Gelirler
			Varlıklar	Kar
			Özsermaye	
			2. aşama	
			Gelirler	Piyasa değeri
Kar	Yatırımcılara toplam getiri			
	Hisse başına kar			
3. aşama				
Çalışanlar	Piyasa değeri			
Varlıklar	Yatırımcılara toplam getiri			
Özsermaye	Hisse başına kar			
2006	Yıldız, A.	İMKB otomotiv	1. aşama	
			Personel Sayısı	Net Satışlar
			Duran varlıklar	
			Sermaye	
			2. aşama	
			Net satışlar	Dönem karı
	Faaliyet karı			
2010	Nath, P., Nachiappan, S., Ramanathan, R.,	102 UK lojistik firması	Toplam Varlıklar	Varlıkların Getirisi
			Çalışma Sermayesi	Kullanılan Sermayenin Getirisi
			Faaliyet Etkinliğini Ölçmek için	
			Sermayenin Maliyeti	Faaliyetlerin Maliyeti
			İşgücünün Maliyeti	
			Pazarlama Etkinliğini Ölçmek için	
			Toplam Pazarlama Harcamaları	Satışlar
			Maddi Olmayan Varlıklar	
Alacaklar Hesabı				
Mevcut müşteri portföyüne yapılan satışlar				